ما قلّ ودلّ ..
في
التحرير الصحفي



إعداد:

أمــل الشريــف

مدخل :

مع تطور مفهوم الاعلام من نظريات ونقل انشائي الى واقع استقصائي وعمل ميداني ومادة تثير النقاش ، بدأت تطرح على مساحة التغطية الاعلامية عدة اسئلة ألا وهى : هل يفترض بالاعلامي ان يكون أكاديميا يحمل شهادة الاعلام ليتمكن هذا الصحافي من تقديم مادته بموضوعية ومهنية وسط المنافسة التي تشهدها وسائل الاعلام وفي ظل هذا الانفتاح الاعلامى ، وهل يقتصر على دور الجامعات والمعاهد تلقين الصحافي المادة العلمية التي توضع بين يديه على امتداد سنوات الدراسة لكى يكون جدير لحمل صفة «صحافي» .

هل يفترض بالاعلامي ان يكون متخصصا في الاقتصاد ليكتب تحقيقا عن البورصة؟ أم ان عليه ان يكون طبيبا او صيدليا ليعرف كيف يتعاطى مع ملف عن الادوية الفاسدة او الاخطاء الطبية؟ هل يكتفي بتغطية مواضيع ساخنة تتعلق بالقضاء من دون أي المام بالقانون الجنائي؟

ففي حين يعتقد البعض ان الصحافة هي كأي علم يحتاج الى دراسة تجعل الاعلامي متمكنا من مهنته، يرى البعض الآخر أن مهنة الصحافة تعتمد بالدرجة الأولى على الثقافة العامة التي لا تدرس في

الجامعات، بل هي نتيجة جهد شخصي على الصحافي أن يقوم به ليطور نفسه.

لكن في ظل اعتماد كليات الاعلام في الجامعات العربية على القواعد الاعلامية النظرية واهمال الجانب التطبيقي، يجعل بعض المتخصصين ينحازون الى أن أهمية الصحافي المهنية لا تكمن في كونه يحمل شهادة الاعلام بل ان أي شهادة أخرى مرفقة بمواكبة التطورات وكل المستجدات المتلاحقة في كل المجالات كفيلة بوضعه على الطريق الصحيح.

تقول ماجدة أبو فاضل أستاذة الاعلام في الجامعة الأميركية في بيروت : " ان شهادة الاعلام بحد ذاتها ليست المعيار الاساسي الذي يحدد نجاح الصحافي أو عدمه، المهم هو أن يعرف الصحافي كيف يطور نفسه ويتابع المستجدات حتى يبقى ملما بكل ما يحصل ويدور من حوله، وبالتالي يتجنب ثغرات في المواضيع التي ينجزها بحيث تأتي شاملة من النواحي كافة».

لذا تؤكد أبو فاضل «ان هناك اشخاصا درسوا اختصاصات مختلفة وهم بذلك يمارسون مهنة الصحافة ويبرعون في عملهم أكثر من الذين يحملون شهادة في الاعلام، كما أن الخضوع لدورات تدريبية متخصصة خلال ممارستهم المهنة تعطيهم فرصة أكبر للاطلاع ومواكبة التطورات بعين محترفة " .

إذا كيف يمكن أن تكون الصحافة علماً وفناً، في وقت واحد، فالعلم يتناول موضوعات خاصة بقوانين علمية محددة، بينما الفن لا يخضع لقوانين محددة، بل يخضع للإبداع الفردي، الذاتي.

أثارهذا الموضوع جدل كبير : فالبعض يرى أن الصحافة فن ، والراغب في العمل فيها لا بد أن يكون موهوباً، وأن الصحافي يولد، وفي يده القلم، وفي رأسه الفكرة.

ويضيفون : "أن الصحافة استعداد طبيعي، قبل كل شيء، ولكي يكون الإنسان صحافياً وجب عليه أن يستجيب للنداء، الصادر من أعماقه، وأن تتوافر فيه الموهبة، والرغبة الملحة، في ملاحظة الحياة والناس".

بينما يؤكد آخرون أن الصحافة مهنة، كسائر المهن، في المجتمع، تحتاج إلى استعداد طبيعي، ولكنها، كأي مهنة، لها مكونات ثلاثة هي: المعارف، والمهارت، والقيم، التي يمكن اكتسابها، وتطويرها، تعليماً وتدريباً.

و بدورهم يدعون الى ضرورة الدراسة والتجربة، مثل" جوزيف بوليتزر" الصحفي، المجري الأصل، الذي أصبح ناشر النيويورك ورلد، ورئيس تحريرها، في أوائل القرن العشرين، فمن رأيه "أن كل ذكاء في حاجة إلى من يتعهده، حتى لو سلمنا بأن الاستعدادات

الطبيعية هي مفتاح النجاح، في جميع ميادين النشاط الإنساني"، وأن الصفات الخلقية - وهي لازمة للصحافي الناجح - تنمو بالعلم والتجربة.

وهناك من يقول : إذا كان لا بد للجامعات، من أن يكون لها دور معلوم، في التدريب المهني للصحفيين، فليكن ذلك، على المستوى فوق الجامعي ، ومن أصحاب هذا الرأي" توم هولكنيسون" الذي عمل رئيساً لتحرير صحيفة بيكتشربوست، من ١٩٤٠ إلى ١٩٥٠، وأصبح فيما بعد، مديراً لمركز الدراسات الصحفية، في جامعة كارديف البريطانية، ويعدد ما يحمله على الاعتقاد بذلك، قائلاً:

١- إن الصحافة، تختلف عن سائر المهن الفكرية الحرة، كالطب والهندسة والمحاماة، من حيث إن العمل فيها لا يقتصر على لون واحد، من الألوان المتعددة للمعرفة ، بل هي مهنة مفتوحة، لا مغلقة، تحتاج إلى ثقافة ذوي المهن الفكرية الأخرى. فالطبيب، مثلاً، بوسعه أن يكون مراسلاً، أو محرراً طبياً، كذلك المحامي أو المهندس. لكن ليس بوسع من تخصص، في الصحافة وحدها، أن يكون طبيباً أو مهندساً أو محامياً، ومادام الأمر كذلك، فإن التدريب المهني فوق الجامعي للصحفيين، سيتيح الفرصة للصحافة كي تستفيد، من كل ذوي المعرفة المتخصصة، على اختلاف ألوانهم.

٢- إن التدريب المهني للصحفيين، على المستوى فوق الجامعي، هو أقل أنواع التدريب المهني تكلفة، وأسرعها عائداً، كما إنه أقلها

ازدحاماً بالمواد المختلفة، التي يدخل بعضها في اختصاصات الشُّعب، والكليات الجامعية، الأخرى.

٣- إن مثل هذا التدريب سيؤدي إلى المزيد من التعاون والتنسيق، بين الصحافة، والجامعات، فقد تطلب بعض المؤسسات الصحفية، من إحدى الجامعات، تخصيص دورة تدريبية، على المستوى فوق الجامعي، لتدريب من يعملون فيها كمراسلين تربويين، ومثل هذا التدريب، سيعين المراسلين حتماً على فهم أحدث التيارات والأفكار، في عالم التربية.

يقول" جمال الغيطاني" في كتابه (نجيب محفوظ يتذكر).. اننا لتأخذنا الرجفة والرعدة عندما نتذكر الثلاثية وما كاد يجري لها من ضياع..! كان يقول ذلك عندما اخذ "نجيب محفوظ " ثلاثيته للناشر "سعيد جودة السحار" لنشرها فاعتذر لطولها وشح ورق الطباعة، ليضعها في درج لتمكث اشهرا لا يدري عنها شيئا الى ان عثروا عليها صدفة فنشرت، وكانت اروع رواية اجيال كتبت حتى الآن! فكم من كاتب موهوب وعظيم دفن تحت التجاهل والنسيان والمرتزقة. واصحاب الحظ السعيد الذين ولدوا في احضان صاحبة الجلالة! فمن يعرف نجيب محفوظ لولا تبنى" سلامة موسى"، ومن يعرف "فرانز كافكا" لولا صديقه "ماكس برود" .

ومن هنا نجد أن الكاتب المبتدئ يعاني من وصوله الى الشهرة ، سيظل في منطقة معتمة، يعيش ويحيا فيها الى ان يحيل نفسه، قهرا، الى المعاش! وعندما يطرق ابواب الشهرة فهي معجزة قد ايقظت حظه بانسان انتشله من الظلام ليقول للعالم «ها أنا ذا»، كما كان الكثير من كتاب الغرب وغيرهم من العرب اكثر.

ربما تكون الكتابة من المهارات التي يجب أن يتقنها كل إنسان (تقريبا)، فهى مدخلا مهما من مداخل الاتصال وصياغة الرأي العام، وهي ذات علاقة متداخلة بحياة الناس وأفكارهم وقراراتهم .

والتعبير إجمالا كقدرة وموهبة هو شرط أساسي غير معلن للترقي في العمل، للمديرين والعاملين وحتى المهنيين الذين يبدو عملهم غير مرتبط بهذه القدرات كالطب والهندسة، والقدرة على التعبير والكتابة هي أيضا مهارة ضرورية للتعليم المستمر، والتأثير والنجاح في العمل أي عمل، والارتقاء به على المستوى الفردي والمؤسسي .

والكتابة الصحافية من أهم وسائل التعبير والتأثير، ومهارة ضرورية للأفراد والمؤسسات ،وأصبحت مدخل الحكومة والمجتمع لطرح الأفكار، وتبادل الرأي والحوار، واستمزاج المواقف والاتجاهات، وترويج السلع والمنتجات والخدمات ، وهى من أكثر الفنون قبولا

للتطور، لأنها أكثر اتصالا بالحياة الإنسانية والممارسات اليومية للنشاط الإنساني، وهى نشاط في تغير وفي السنوات الأخيرة تتغير وتتطور بمعدلات متسارعة .

والصحافة في المجتمعات الديمقراطية تزود المواطنين بالمعلومات والحقائق، إذ لا يحق لأحد أو جهة أن تحتكرها، مع ما يستلزمه ذلك من ثقافة وأخبار ودراسات، تساهم في دفع المواطنين إلى المشاركة في الرأي واتخاذ القرار.

والعمل الصحافي، كتابة وإعلانا وتداولا وحوارا، يشكل عنصرا مهما في شبكة الحياة، ويتصل بجوانبها وشؤونها كافة، ويخص جميع الناس .

وما أقدمه في هذه المساحة هو فكرة موجزة عن الكتابة الصحافية، وهي محاولة ليست للتدريب أو التعليم، ولكن للتوضيح وحث القراء على السعي في تعلم الكتابة والاهتمام بفنون الصحافة، باعتبار ذلك ليس ترفا فكريا أو هواية، لكنه مهارة ومشاركة عامة وضرورية.

وأخيرا .. أن الأزهار متاحة لجميع الكائنات ولكن النحل وحده يصنع منها العسل .. والواقع أن جميع المواهب والصناعات والاختراعات هي توظيف لموارد متاحة وليست معجزات، برغم أنها تبدو في

محصلتها النهائية وكأنها معجزة، لكن توظيف الموارد والمواهب بفعالية أو هدرها هو التفسير الحقيقي للإنجاز وقياسه .

ما هو الإعلام

نجد في القرآن الكريم كثيرا من التوجيهات والأفكار مما يصلح أن يكون فلسفة وأساسا للعمل الإعلامي والتعامل مع الأخبار والمعلومات.

فقد نقل القرآن الكريم خبر معركة بين الروم والفرس : "غلبت الروم في أدنى الأرض"، وفي ذلك توجيه لأهمية الأخبار والمعلومات، والحق في تداولها ومعرفتها ، وبعد ذكر خبر المعركة، تتحدث الآية عن المستقبل : "وهم من بعد غلبهم سيغلبون".

وحدثنا القرآن الكريم عن الهدهد الذي أتى بخبر قوم تملكهم امرأة، ويعبدون الشمس: "إني جئتك من سبأ بنبأ يقين، إني وجدت امرأة تملكهم ...".

وفي قصة يوسف عليه السلام، وكذلك قصة ابني آدم ما يصلح توجيها للتعامل مع قضايا وأخبار الجريمة والجنس .

وفي التعامل مع الأخبار والإشاعات، نجد قوله تعالى : "وإذا جاءهم أمر من الأمن أو الخوف أذاعوا به ولو ردوه إلى الرسول وأولي الأمر منهم لعلمه الذين يستنبطونه منهم"، وفي ذلك توضيح لأهمية تفسير الأخبار وتحليلها، وبالطبع هذه القدرة ليست متاحة لجميع الناس.

وفي قصص الأنبياء والسير مبادئ وأفكار كثيرة للإعلام والكتابة : "لقد كان في قصصهم عبرة"، فتقدم قصة موسى عليه السلام مع العبد الصالح (سورة الكهف) فكرة واضحة عن خطورة الإعلام المجزوء والأحادية في رؤية الأحداث وفهمها وتفسيرها ، وكذلك قصة داود عليه السلام مع الخصمين الذين تسوروا المحراب.

إن " الكلمة " .. هي روح الإعلام وجوهره .. هى أداته ومادته وسلاحه فى نفس الوقت .

وبالكلمة الهادفة التي تتوافر فيها عناصر الأمن والمصداقية والصحة والسلامة و الموضوعية ، يسعى الإعلام – فى أدائه لرسالته – إلى .. " تنوير الرأى العام ، وتحقيق أعلى درجات الوعى و المعرفة والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور " .

ومن هذا المنطلق ، فإن " أمن الكلمة " هو الأساس فى صلاحية وسلامة وجودة الرسالة الإعلامية والعنصر الأساسي فى مصداقيتها ، وهذا يقودنا إلى أن أمن الكلمة هو فى الواقع أمن الإعلام ومصداقيته .

ولا يوجد أصدق ولا أعظم من قول الله تعالى عن الكلمة ، بسم الله الرحمن الرحيم " ألم تر كيف ضرب الله مثلاً كلمة طيبة كشجرة طيبة أصلها ثابت وفرعها فى السماء تؤتى أكلها كل حين بإذن ربها

ويضرب الله الأمثال للناس لعلهم يتذكرون .. ومثل كلمة خبيثة كشجرة خبيثة اجتثت من فوق الأرض مالها من قرار "صدق الله العظيم (سورة إبراهيم الآيات ٢٤ ، ٢٥ ، ٢٦) .

إن الآيات الكريمة قدمت نظرية إعلامية متكاملة – هى فى الواقع أول نظرية إعلامية وضعت الركيزة الأولى والأساس للعمل الإعلامى وهى " الكلمة " " الكلمة الطيبة " بكل ما تحمله من معان ودلالات تتصل بالأمانة والمصداقية والأهداف السامية والمثل والقيم و المبادئ والأخلاقيات الكريمة ، وهى من الرسوخ ما يجعلها تنطلق إلى أعلى الآفاق ، وعطاؤها مستمر لاينضب .. عكس " الكلمة الخبيثة " التى لا تتوافر فيها عناصر الأمانة والمصداقية والأهداف النبيلة .

أن الانسان لا يمكن أن يعيش بمفرده وإنما يعيش وسط جماعة من الناس يستمد منها قيمه ومعاييره التي يحكم بها على الاهمية النسبية لكل فعل يقوم به، ولكل رأي يعتنقه أو فكرة يهتم بها، لذلك كان على المرسل أن يدرك مدى تأثير الجماعات المختلفة على سلوك الفرد الذي يعتبر عضوا فيها ويتفاعل معها، وحيث أن لكل جماعة قيم ومعايير وانماط معينة من السلوك والأفكار والآراء والمعتقدات التي تتوقعها من المنتمين اليها، فضلا أنها تعمل على صهر قيم الانسان في صورة تتناسب قيمها ومعاييرها، وتحاول أن تلقنه أعمالا معينه أو تعلمه أنماطا معينة من التفكير والسلوك تعتبرها الجماعة مميزة لأعضائها،

فإن على الفرد أن يتعلم القيام بالأدوار ويعتنق القيم ويؤمن بالأفكار التي تسود الجماعة التي تعيش بينها.

وخبير الاتصال لا بد أن يدرك مثل هذا القصد الذي يعوق المتلقي ، ويجب أن يراعي أن تكون الاستجابة التي يتطلبها مطابقة أو مماثلة مع معايير الجماعة وقيمها السائدة، لأنه إذا افتقدت هذه الاستجابة التي يتطلبها عنصر موافقة الجماعة وقيمها السائدة فإنها سوف تكون فعلا أو سلوكا غير مرغوب فيه وبالتالي يستحيل حدوثها، أما إذا كانت هناك موافقة واضحة بالنسبة لفعل أو سلوك أو فكرة أو مبدأ معين من قبل المجموعة فإن ذلك يعني أن على المتلقي أن يختار هذا الفعل من بين عدة أفعال قد تكون جميعها مرغوب فيها.

الاتصال الجماهيري و الاتصال بين فردين

لنبدأ بالسؤال التالي .. هل تختلف عملية الاتصال الجماهيري عن الاتصال بين فردين ؟

نعم ، فالإختلاف الوحيد بين عملية الاتصال الجماهيري وعملية الاتصال بين فردين ، هو ان الاتصال الجماهيري أكثر تعقيدا .

حيث يسعى الاتصال الجماهيري للوصول إلى الأفراد الذين يقرأون الصحف أو الكتب أو يتصفحون المجلات أو يشاهدون فيلما تلفزيونيا ، أو يستمعون إلى الراديو، والتلقي في هذه الحالات يختلف عن التلقي الذي يحدث في حالة الاتصال الشخصي، والاختلاف يكمن اساسا في رجع الصدى، ففي حالة الاتصال الشخصي يكون كبيرا جدا، ولكن في حالة الاتصال الجماهيري يكون التأثير المرتد من المتلقي إلى المرسل بسيطا جدا، فالمتلقي في الاتصال المباشر الشخصي قد يهز رأسه أو يكشر أو يبتسم أثناء سماعه للحديث، ثم يقوم بصياغة أفكاره في رموز ويرد مباشرة، ولكنه نادرا ما يتحدث أو يصغي لجهاز التلفزيون أو الراديو أو يكتب خطابا للمحرر، وهذا ما يقود العاملين في وسائل الاعلام إلى النزول للمتلقي لتسجيل آرائه أو توزيع استبيان لمعرفة مكنوناته.

ولهذا نجد أن اختيار مضمون وسائل الاعلام أكثر صعوبة من اختيار المضمون الذي سيتم تبادله أو مشاركته بين فردين، لأن العلاقة مباشرة ورجع الصدى سريع، لذلك على الوسيلة الجماهيرية أن تقرر ما إذا كانت يجب أن توجه مضمونها إلى قطاعات مختلفة أم إلى قطاعات محددة من الجمهور .

وبشكل عام يمكن القول أن نواحي التماثل بين عملية الاتصال الجماهيري والاتصال بين فردين، أكبر من نواحي الاختلاف، فعلى الفرد في كلتا الحالتين أن يواجه مشاكله متصلة بجذب انتباه الجمهور، واستخدام رموز أو اشارات تشير إلى تجارب مشتركة بين المصدر والمتلقي لكي تنفذ المعاني التي يقدمها إلى ذهن المتلقي، وعليه أن يجعل الرسالة تثير احتياجات عند المتلقي، وتقترح وسائل أو طرقا لاشباع تلك الاحتياجات، وهذا يتطلب تنشيط بعض العمليات السيكيولوجية، وعلينا أن ندرك أن الناس حينما يعرضون انفسهم لوسائل الاعلام انما يفعلون ذلك بحثا عن اشياء معينة، بصرف النظر عما تريد وسائل الاعلام أن تقدمه للناس، فانهم يختارون ما يريدونه من المضمون الذي يقدم لهم، ونظرا لأن هناك وسائل عديدة ووحدات عديدة للاتصال، اصبح لدى الناس فرص عديدة للاختيار، وهم

سيختارون في أغلب الأحوال ما يتفق مع اراءهم واتجاهاتهم القوية، لأن المسافة التي تفصل بين الناس ووسائل الاعلام كبيرة.

فإن عملية القراءة والرؤية والاستماع التي تعتبر إلى حد ما عملية فردية أي يمارسها الفرد وهو في عزلة، تجعل الناس يعتمدون بشكل اكبر على الجماعات الاجتماعية التي ينتمون اليها كما يعتمدون على الناس الذين لا يوجهون لهم النصحيحة، علاوة على ذلك فإن قدرا كبيرا من المعلومات ينتقل إلى مرحلتين أو مراحل متعددة من وسائل الاعلام إلى قادة الرأي ثم إلى التابعين، والأمر الهام أن قنوات الاتصال الشخصية تعمل جنبا إلى جنب مع قنوات الاتصال الجماهيرية، وأن لهذه القنوات الشخصية تأثير كبير على المجتمع .

كما يتضح نجد أن الإعلام في جوهره " كلمة " .. يتم تبلغيها وتوصيلها إلى الأفراد ، هذه الكلمة هي مادة الرسالة الإعلامية ، هي مزيج من الفكر والإبداع ، وتتشكل وفقاً لطبيعة الوسيلة الإعلامية وفنونها وأهدافها لتصل إلى الأفراد إما مقروءة أو مسموعة أو مرئية أو تصل إليهم بالاتصال المباشر .

وبالرجوع إلى المعنى اللغوي للإعلام .. فإن الإعلام في اللغة العربية هو : " التبليغ " ، ويقال بلغت قوماً بلاغاً أي أوصلتهم المطلوب،

والكلمات : أعلم ، أبلغ ، بين ، أوصل – تعنى إشاعة المعلومات وبثها وتعميمها ونشرها وإذاعتها على الناس .

وأعلم معناها أخبر أو أعرف ، وبالتالي فإن الإعلام ينطوي على الكشف عن المعلومات والمعارف والاتجاهات وإبرازها للناس .

أما مفهوم الإعلام ،، فيعنى – وفقاً لأحد التعريفات : " تزويد الناس بالأخبار والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة ، التي تساعدهم على تكوين رأى صائب فى واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات ، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم " .

ومن المصطلح اللغوي إلى المفهوم العلمي .. وما بين معايير ومواصفات الكلمة الطيبة والكلمة الخبيثة ،، برز مفهوم " أمن الكلمة " وتبلور عبر ممارسة العمل الإعلامى والعديد من النظريات الإعلامية ، والقوانين المنظمة للعمل الإعلامى ومواثيق الشرف الإعلامية بما تتضمنه من مبادئ وأخلاقيات العمل الإعلامى .. والواجبات والمحظورات .. وكل ذلك ينصب فى " أمن الكلمة " .. والذى هو جوهر وروح العمل الإعلامى .. وأساس رسالة الإعلام ومسئوليته فى حمل أمانة الكلمة

المفاهيم الأساسية في الإعلام

هناك ستة مفاهيم أساسية في مجال الدراسات الإعلامية :

١ـ الاتصال :

حركة ديناميكية تفاعلية، تتكون من خمسة عناصر تتحدد بالإجابة على الأسئلة التالية: ١ـ من يقول؟ المرسل ٢ـ لمن يقول؟ المستقبل ٣ـ ماذا يقول؟ الرسالة ٤ـ بأي وسيلة؟ الوسيلة التي يتم بها الاتصال (وسط الاتصال) ٥ـ ما الهدف؟ من عملية الاتصال أي ما الأثر الذي يريد المرسل أن يحصله بعد عملية الاتصال.

٢ ـ الإعلام :

عملية بث ونشر دورية مستمرة للأخبار والأحداث والموضوعات والآراء العامة والمنوعات في المجالات المتعددة، والبث: يتم عبر وسائل الإعلام المسموعة والمرئية، والنشر: يتم عبر وسائل الإعلام المقروءة.

٢ ـ الدعاية :

هي "نشاط مصمم" للتأثير على فئة من الناس بقصد إقناعهم بفكرة ما لتوجيه أو تغيير سلوكهم .

٣ـ الرأي العام :

و الرأي الغالب أو السائد في مجتمع ما، خلال فترة زمنية معينة، تجاه قضية أو مشكلة مثارة في المجتمع .

٤ ـ الإعلان :

فن الترويج لسلعة أو خدمة مقابل أجر مدفوع عبر وسيلة اتصال مباشرة أو غير مباشرة .

٥ـ العلاقات العامة :

وتعريفها أمر ليس ياليسير، وأغلب من كتب عنها كتب عن جهودها دون أن يعرفها تعريفاً دقيقاً . ونختار هنا أحد التعريفات: "جهود لخلق تكامل بين المشاعر والأفعال عند هيئة ما وبين مشاعر وأفعال جمهورها وبذلك فإن عمل العلاقات العامة هو هندسة عمليات الإعلام والدعاية والإعلان .

الاتصال والاعلام

يعرف لنا الكاتب / د. هادي حسن عليوي الاتصال بانه عملية يتم فيها تبادل المفاهيم بين الافراد، من خلال نظام الرموز المتعارفة، ويعتبر استخدام الكلمة من اكثر وسائل الاتصال شيوعا بين المرسل والمتلقي.. ولم يكن علم الاتصال حديث النشأة ، بل له جذور تاريخية عميقة، حيث وضع ارسطو اسسا علمية لا تزال قائمة للتفاعل بين الخطيب (المرسل) والجمهور (المستقبل) تقوم على ان يعد المرسل رسالته (خطبته) بصورة شيقة وجذابة ومقنعة، حينها يمكن ان تؤثر في الجماهير بالصورة المستهدفة، ذلك انه لا قيمة للاتصال ـ من وجهة نظره ـ ما لم يكن مقبولا ومفهوما من الجمهور (المستقبلين) .

وهناك نظريات حديثة للاتصال منها نظرية (كولن) التي تعتمد على عقل الانسان باعتباره المركز الرئيسي للاتصال بالنسبة للانسان سواء في الارسال او الاستقبال ، اما (ستينفسون) فقد ربط بين نظريته في الاتصال و(الامتاع) على اساس ان (المستقبل) يشعر بالاستغراق والمتعة فيما يقرأ او يشاهد، لاسيما في الاتصال الجمعي ، وانه لكي تستمر المتعة فيما يقرأ او يشاهد او يسمع فمن الضروري ان تتخلل

العملية الاتصالية بعض القطع الموسيقية او الاغنيات الخفيفة لتقليل حالة الضغط الاعلامي على المستقبل.

اما نظرية (لازار سفيلن) فتركز على الجماهير (المستقبلين) وعلى الرأي العام وقادة الرأي العام، ان لقادة الرأي العام دورا مؤثرا في الرأي العام بل وتستطيع خلق رأي عام وفق طروحات المرسل خاصة اذا اعتمد على الحقائق وعلى استمالة عواطف الجماهير.

ويبدو ان وسائل الاتصال تشكل ركائز اساسية لتبادل الافكار والمعلومات بين افراد المجتمع، وتعد اساسا لتفاعلاته الاجتماعية وتقريب وجهات النظر بين المجتمعات المختلفة وبين مواطني البلد الواحد كذلك .

نظريات الاعلام

اتاح العلم الحديث للغة ممكنات ووسائل متعددة للتعبير عن دقائق الاحكام الفعلية في صورها النظرية والتطبيقية ولمختلف الحاجات الانسانية، ونظرا لتعدد خصوصيات تلك الحاجات، واساليب اشباعها من الوجهة الاتصالية والاعلامية فقد عمد رجال الاعمال الى اتباع نظريات متعددة في الخطاب الاعلامي وتجسيد المستويات الاعلامية الوظيفية المطلوبة ابرزها :

١ . *المستوى المعلوماتي :* الذي يتوسل باللغة لتوصيل المعلومات الى المتلقي بأسلوب مباشر، وبصياغة واضحة ودقيقة.

٢ . *المستوى الاقناعي :* وهو الذي يقصد به اقناع المتلقي ودعوته الى الالتزام الاولي، ومن ثم التبني للمضمون المطروح او الفكرة المقصودة او الرأي المراد ايصاله، ومن ثم تدعيمه عن طريق خلق القناعات لدى المستقبلين.

٣. المستوى التعبيري : الذي يدخل في باب فن الادب المستخدم في وسائل الاعلام المختلفة، لاسيما المستندة على استعمال الصورة المتحركة او الثابتة.

وهناك العديد من النظريات الاعلامية ، ابرزها :

١- نظرية الاعلام في الدولة التسلطية :

لقد دأبت النظرية التسلطية للحفاظ على سلطانها المطلق ان تحيط السلطة نفسها بالعقلاء والحكماء والمثقفين والاعلاميين وغيرهم من نخبة الفكر الذين يمكن جذبهم لها ولهم القدرة على ادراك اهداف الدولة في السيطرة والاستقرار وتمنحهم مناصب مرموقة في المجتمع وتغدق عليهم الاموال والمغريات وامتيازات الحياة، ويعملون لديها كمستشارين للقادة الحاكمين، ويحتكرون كل الحقائق الفكرية لأنفسهم ويسخرون فلسفاتهم وافكارهم لخدمة طبقة مسيطرة على جهاز الدول، التي تعطيهم حق مخاطبة الشعب، اي يغدون ألسنة الحكام في الاتصال بالجماهير عن طريق وسائل الاعلام المختلفة، التي تسيطر عليها الدولة دون غيرها.

وتعتبر الرقابة من الركائز المهمة في نظرية الاعلام التسلطية ويصبح الاعلام بمختلف وسائله واشكاله في خدمة الحكم التسلطي وبوقا له، وتخضع جميع الاعتبارات لذلك وتلغي كل الحريات في سبيل سيطرة الحكم واستقراره وتعطي هذه الفلسفة الفاشية كل المبررات لإهدار حقوق الانسان .

٢ـ نظرية الحرية والاعلام الحر :

سميت هذه النظرية بهذا الاسم كونها تؤمن بالفرد اساسا لها، وتعتبر ان الفرد يولد وهو مزود بحقوق طبيعية، وانها تؤمن وتفترض ان الفرد كائن حي عقلاني واخلاقي وان اخلاقيته تحدد له ما يجب المحافظة عليه وفق القانون.

لقد حقق مفهوم نظرية الحرية في المجتمعات الاوروبية، انتصارات كبيرة على صعيد المجتمع وعلى صعيد الفرد... لقد تطورت هذه النظرية خاصة بعد الحرب العالمية الثانية لتلد نظرية جديدة بأسم نظرية المسؤولية الاجتماعية وقد اعتبر القرن العشرون المجال التطبيقي لأفكار هذه النظرية في مجال المجتمع والدولة، وكان امثل تطبيق لافكار هذه النظرية في الولايات المتحدة الاميركية ـ ومنها طبقت وحققت انتشارها في انحاء العالم.

واهم المبادئ التي تقوم عليها هذه النظرية هي :

١. اعطاء الحق الى الفرد للحصول على المعلومات وعدم التستر عليها، ولا يجوز تزويد الفرد بمعلومات كاذبة او ناقصة.

٢. ممارسة النقد البناء، والقبول بأية فكرة او طرح جديد من قبل الفرد، وتقبل مناقشة ذلك الفرد لتصحيح الخطأ ان وجد بأسلوب ديمقراطي بناء، هادف وهادئ.

٣. نشر اهداف المجتمع وخططه التربوية والتعليمية والاقتصادية، فالاعلام يهدف الى خدمة المجتمع ويبشره بالحياة المرفهة واحترام حقوقه السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية.

٤. اتاحة الفرصة للفرد بالحصول على المعلومة التي يستفيد منها او يريد ان يتعلمها او يضيفها الى حصيلة مستواه الثقافي والسياسي.

٥. الشفافية العالية في مفاصل الدولة وسياساتها وبرامجها ووضع المعلومات امام المواطنين وعدم اخفائها الا لاغراض امن المجتمع والدولة.

٤- نظرية المسؤولية الاجتماعية :

وتتلخص الوظائف العامة لنظرية المسؤولية الاجتماعية بما يلي :

أ. خدمة النظام السياسي المتفق عليه من قبل اغلبية الشعب.

ب. اعلام الرأي العام واعلاء ممارسة حكم الشعب لنفسه.

ج. حماية حقوق الافراد (المواطنين) وحقوق الدولة لخدمة المجتمع باحترام النظام العام، واحترام حركة الاعلام.

ء. تقديم البرامج المتوازنة الخاصة بالتسلية والترفيه للفرد، وبما يحقق راحة الجميع، وينسجم مع تقاليد المجتمع واخلاقياته.

٥- نظرية المسؤولية العالمية :

تهدف هذه النظرية الى :

١. ربط اجهزة الاعلام والعاملين فيها بقضية الانسان في كل مكان.

٢. ربط مسؤولية الاعلام بمستوى القضايا العالمية، التي تحتاج الى كلمة الحق المنزهة عن الهوى والى الموضوعية التي تفتقر اليها اجهزة الاعلام في الانظمة الشمولية.

٣. تحقيق المساهمة الايجابية لاجهزة الاعلام في معركة الوجود الانساني نفسه.

٤. نبذ ومحاربة التهديدات الانسانية المتمثلة بالارهاب الدولي والحروب العدوانية واسلحة الدمار الشامل والغزو والانظمة الاستبدادية.

ان اهداف وغايات هذه النظرية الاساسية تنبثق من مفهوم خدمة المجتمع الانساني ككل، وهي تعتبر امتدادا لنظريات الحرية الاعلامية ونظرية المسؤولية الاجتماعية، لكنها اكثر شمولا كونها تنطلق من والى المجتمع الانساني الاشمل دون تحديد جنس هذا المجتمع، فهي ترفض الافكار العنصرية او العرقية او التعصب الديني، وتعمل على خدمة الانسان من كل جوانب حياته، وتؤمن بالحرية الكاملة والكافية، التي تمكن الانسان من ابداء رأيه وافكاره من خلال وسائل الاعلام المتاحة، وتتلخص فلسفة هذه النظرية بعبارة في غاية الاختزال والاقتضاب ، وهي (حب الانسان للانسان).

ومع توسع الثورة الاعلامية والمعلوماتية والتقنية وخضوع اجهزة الاعلام للإحتكارات او الفئات الحاكمة، والسير في ركابها وعدم ارتباطها بالمجتمع، وتسخير قدراتها لخدمة قضاياه، فان تطبيق هذه النظرية العالمية يحتاج الى قدرات علمية عالمية تتخطى الحواجز الاقليمية والارتفاع فوق الصراعات والمصالح القطاعية والاقليمية والنظرة الى الانسان كانسان في كل مكان.

فالقضايا الانسانية وحقوق الانسان تمثل جوهر عملية الاعلام الانساني الموالي للحب والسلام والديمقراطية والوئام بين شعوب العالم على اساس الاحترام المتبادل، وتبادل المنافع والمصالح الانسانية.

حرية الاعلام والالتزام

لا يقصد بالالتزام هنا التزام سلطة الحاكم وانما الالتزام بالدستور والقوانين والانظمة في الدولة الديمقراطية، وتتحمل وسائل الاعلام المختلفة قدرا من المسؤولية في ممارسة البناء والنمو الاجتماعي على اساس الالتزام بحقوق الانسان.

فالحرية تنطوي على قدر كبير من المسؤولية، لذلك فهي ليست حقا طبيعيا بل حقا مشروطا بمسؤوليات ممارسة الانسان تجاه نفسه وتجاه المجتمع، ولا حق لأحد الاعتداء على حريات الاخرين، اي ان الشعب يمنح الاعلام حق التعبير الحر بما لا يؤدي الى هدم المجتمع او الدعوة بتجاهل القوانين، او مخالفة الاداب العامة والشعائر الدينية وبالتالي كل الاساءات مرفوضة ويطالها القانون وبالتالي لابد من احترام المصلحة الجماعية لذلك المجتمع .

وظائف الصحافة

تجاوزت الصحافة، كغيرها من وسائل الإعلام الجماهيرية ، بما أتيح لها، من إمكانيات تقنية متطورة وبما اكتسبته، من أهمية في حياة الناس ـ ما تعارف عليه باحثو الاتصال من وظائف تقليدية لتلك الوسائل .
فقد حدد "لا سويل" في أواخر الأربعينات، من القرن العشرين ثلاث وظائف للإعلام هي : مراقبة البيئة المحيطة، والعمل على ترابط أجزاء المجتمع ووحدته في مواجهة البيئة، والاهتمام بنقل التراث الثقافي عبر الأجيال المختلفة.

توالت على تلك الوظائف، الإضافات التي أسهم بها باحثون آخرون، مثل رايت، الذي أضاف وظيفة التسلية، أو الترفيه، ومثل ديفيتو، الذي أورد وظائف أخرى، كالدعم والمساندة والتعليم؛ ومثل شرام، الذي رأى أن الوسيلة الإعلامية، يمكن اعتبارها مروجاً للسلع والخدمات التجارية بيننا كأفراد، مشيراً بذلك، إلى الوظيفة الإعلانية.

ويؤكد هذا التطور المتواصل، لوظائف الإعلام، في المجتمعات الحديثة، أن الوسيلة الإعلامية غدت اليوم "مؤسسة اجتماعية تمارس دوراً كاملاً، في حياة أفراد المجتمع مثل بقية المؤسسات الاجتماعية

الأخرى" إذ تؤدي وظائف تربوية وتعليمية من شأنها أن تقلل من حدة الفوارق الثقافية، بين فئات المجتمع المختلفة، وأن تحدث تجانساً فكرياً، من خلال ما تقدمه من مواد إخبارية، وغير إخبارية.

يرى البعض أن من الوظائف الحيوية للصحافة أن تحارب الجمود الفكري، الذي هو إحدى سمات النظم غير الديموقراطية، التي تفرض سلطانها وأسلوب تفكيرها، على أفرادها. بحجة توحيد الصفوف، الأمر الذي يتنافى مع طبيعة تطور المجتمعات .

فمن واجب الصحافة أن تحدث وئاماً، أو تقارباً فكرياً اجتماعياً، من خلال ما تقدمه من ثقافة، ومعلومات، وأخبار على جميع المستويات الاجتماعية ، حتى لا تتصف بالتحيز لفئة على حساب الأخرى، وحتى يمكنها الالتزام بالموضوعية .

الوظائف الحيوية للصحافة

١ ـ الصحافة ووظيفة الاستطلاع، أو مراقبة البيئة :

هي أهم وظائف وسائل الإعلام، والصحافة، بما تملكه من شبكات واسعة، في جميع أنحاء العالم، من مراسلي الصحف والتليفزيون والإذاعة.

ويقسم البعض وظيفة الاستطلاع، أو مراقبة البيئة، إلى نوعين رئيسيين، هما:

الأول: الاستطلاع التحذيري، ويتمثل في اضطلاع وسائل الإعلام بالإبلاغ عن المخاطر المقبلة، مثل الهجوم العسكري، والكساد الاقتصادي، وزيادة التضخم.

والثاني: هو الاستطلاع الأدائي أو الخدمي، أي نقل المعلومات، التي يستفيد منها الأفراد في حياتهم اليومية.

وجدير بالذكر أن سرعة نقل المعلومة، قد صاحبها بعض السلبيات مثل: عدم الدقة أو تشويه الحدث، أو محاولة توجيه الرأي العام وجهة ما.

٢ ـ الوظيفة الإخبارية للصحافة :

ينتج عن عملية الاستطلاع، ومراقبة البيئة، التي تقوم بها وسائل الإعلام، وعلى رأسها الصحافة، تحقيق الوظيفة الإخبارية، التي تختص بإمداد القراء بالأخبار، التي يشترط أن تكون إخبارية صرفة، لا يجوز التحريف فيها أو التغيير، وذلك يستلزم احترام قدسية الخبر. أمّا في حالة التعليق على الأخبار، فيمكن للصحيفة معالجتها بطرق مختلفة، تتفق مع الفئات المختلفة لجمهور الصحيفة، ومهمة التعليق الأولى، هي توضيح نقاط الخبر الغامضة.

وتشترط الوظيفة الإخبارية توافر ثلاثة عناصر:

١. *التكامل* : أي تتبع الخبر من نشأته حتى نهايته، والبحث عن العناصر المكملة له، سواء عن طريق المصادر الأصلية أو أقسام المعلومات.

٢. *الموضوعية* : هي أهم مبادئ تحرير الخبر في المجتمعات الديموقراطية، إلاّ أن الموضوعية الكاملة حالة مثالية، لا يمكن تحقيقها، ومهما حاول الصحفي الوصول إليها، فسوف تظهر بعض العناصر والاتجاهات الفردية، وعلى الرغم من ذلك فإن الالتزام بالموضوعية هو الركن الأساسي لكل عمل صحفي. ولتحقيق هذا المبدأ، لا بد من البحث والتحقق من صحة الخبر وأركانه، وهنا لابد

من التفرقة، بين عدم كفاية الموضوعية، لأسباب خارجة عن الإرادة، وبين التحريف المتعمد للخبر.

٣ . *الوضوح :* المقصود هو الوضوح في العرض، الذي يؤدي إلى فهم المحتوى، من جانب المختصين، وعامة الشعب على السواء. مع تجنب خطر التبسيط، الذي قد يؤدي إلى التحريف، ومن ثم عدم فهم المشكلة كما ينبغي، والحذر من المبالغة في التبسيط، لأن ذلك يؤدي إلى شعور بعض الفئات بالاستهانة بذكائهم.

٣- الصحافة ومهمة الخدمات العامة :

من بين الوظائف التي تقدمها الصحافة الآن، مهمة الخدمات العامة، أي تزويد القارئ بأخبار صحفية، وموضوعات تخدمه في حياته، ويحصل على فائدة مباشرة منها. ويدخل في نطاق مهمة الخدمات العامة إعلان مواعيد شركات الطيران الوطنية، وأخبار السينما والمسرح والنقد ومواعيد المحاضرات العامة، وأماكنها، والنشرة الجوية، وإعلانات الوظائف، والإعلانات التجارية، وأخبار الأسواق، المحلية والعالمية، وأخبار أسواق الأوراق المالية، والمعاهدات التجارية، إلى غير ذلك. ومن ثم توفر على المواطن، كثيراً من العناء، في عملية البحث عن حاجياته اليومية، وتنقل له أخبارها داخل منزله.

وهناك تيار صحفي الآن، يطلق عليه تيار صحافة الخدمات، ينتشر في الصحافة في العالم، ويعالج الأحداث والأفكار، من وجهة نظر فائدة القارئ المباشرة.

٤ـ الصحافة توثيق للأحداث ومصدر للتاريخ :

نجم عن الوظيفة التقليدية للصحافة، وهي الإعلام أو الأخبار، وظيفة جديدة هي التوثيق؛ فسرعة تطور العلم الحديث تجعل المؤلفات الموسوعية، أو المواضيع التي تعالجها الكتب حقائق قديمة. ومن ثم تضطلع الصحافة المعاصرة، بمهمة تجديد المعلومات والمعارف وملاحقتها، بفضل دوريتها، التي تسمح لها بالقيام بهذا الدور، أفضل مما يقوم به الكتاب، الذي لا يعاد طبعه بسرعة دورية الصحيفة، فضلاً عن أن عدد قراء الكتاب، أقل بكثير من عدد قراء الصحيفة.

ومع ثورة المعلومات، لم يعد في قدرة الكتاب المطبوع، بشكله المعروف، أن يلبي حاجة المؤرخين، إلى رصد الوقائع التاريخية المتلاحقة، أو متابعتها، بينما نجحت الصحافة في ذلك؛ فالصحافة اليومية تقدم للمؤرخ، وقائع الحياة الاجتماعية، في حركتها اليومية، في

حين تقوم المجلات الأسبوعية بتلخيص هذه الوقائع وتحليلها. والصحفي يعد مصدراً رئيسياً للمؤرخ، حين يتعلق الأمر بتسجيل وقائع الحياة اليومية، أو حين يتعلق الأمر، برصد الاتجاهات الفكرية للأحزاب والأفراد، أو بدراسة تاريخ الصحافة نفسها.

والصحافة كمصدر للتاريخ تقوم بوظيفتين:

أولهما: رصد الوقائع، وتسجيلها ووصفها، والاحتفاظ بها للأجيال المقبلة.

ثانيهما: قياس الرأي العام وآراء الجماعات والتيارات المختلفة، إزاء وقائع أو قضايا تاريخية معينة.

٥- الصحافة ومهمة الشرح والتفسير والتحليل :

لا تكتفي الصحافة بسرد الأحداث، وإنما تتولى تحليل هذه الأحداث وتفسيرها؛ فالكثير من الأحداث لا يمكن فهمها، من دون معرفة خلفية هذه الأحداث، وتطورها التاريخي. وتلجأ الصحافة إلى استخدام أشكال صحفية عديدة، لأداء مهمة تحليل وتفسير الأحداث والتعليق عليها، مثل:

التحليلات الإخبارية.

المقالات الافتتاحية.

أساليب التغطية التفسيرية.

التفسيرات والملخصات الأسبوعية للأحداث.

الرسوم الكاريكاتورية الساخرة.

الحملات الصحفية.

الأعمدة الصحفية.

مقالات التعليق.

رسائل القراء.

٦ـ الصحافة وتكوين الرأي العام :

الرأي العام هو الفكرة السائدة، بين جمهور من الناس، تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف، من المواقف، أو مسألة من المسائل العامة، التي تثير اهتمامهم، أو تتعلق بمصالحهم المشتركة، وهذه الظاهرة تكتسب صفة الاستقرار وتختلف، في وضوحها ودلالاتها، في عقول الأفراد، ولكنها تصدر عن اتفاق، متبادل بين غالبيتهم، مع اختلافهم في مدى إدراكهم لمفهومها، ومبلغ تحقيقها لنفعهم العام، ومصلحتهم المشتركة. ويُقصد بالرأي العام في هذا المجال، الرأي الغالب. أمَّا الرأي العام المتصل اتصالاً وثيقاً بالميراث الثقافي؛ فيطلق عليه الاتجاه العام، وهو

مجموعة العادات والتقاليد، التي تمثل اتجاها ثابتاً يتصف بالدوام، بعكس الرأي العام الذي يتصف بالحركة والتغيير.

الاتجاه العام

يُقصد بالإتجاه العام .. الإتجاه الثابتً .. أوالرأي الغالب ، وهو مجموعة العادات والتقاليد التى تعكس الرأي العام .

وهناك عوامل مختلفة تتفاعل لتؤدي في النهاية، إلى تكوين الرأي العام، وهي :

١ـ الثقافة أو التراث الثقافي .
٢ـ عملية التنشئة الاجتماعية .
٣ـ القـادة .
٤ـ الحوادث .
٥ـالأحزاب.
٦ـ وسائل الإعلام والاتصال .
٧ـ الشائعات.
٨ـ الجماعـات.
٩ـ أنماط الجماعات، أو الصور النمطية عن الجماعات.
١٠ـ الشعارات .
١١ـ المصالح المباشرة للجماهير .

ويصف البعض الصحافة بأنها تحتل المقام الأول ، من بين وسائل الإعلام كلها، في التأثير علي الرأي العام، لعدة أسباب، من أهمها: أن الصحافة تهتم، أكثر من سواها، من وسائل الإعلام، بالخوض في القضايا السياسية والاجتماعية ومناقشتها بإسهاب، وعرض وجهات النظر المختلفة، وخلفيات الأنباء ومن أجل ذلك؛ فإن النظم الديموقراطية في العالم، تحرص على إعطاء الصحافة أكبر قدر من الحرية، لتكون المرآة الصافية، التي تعكس آمال الشعب وآلامه، وأحلامه وتطلعاته، ورضاه أو سخطه، ولتقوم، كذلك، بدورها ورسالتها الهامة، في توعيته وتنويره، في صدق وشرف والتزام، مما جعلها، خلال هذا القرن، الذي يوشك على الانتهاء، من أقوى وسائل الإعلام وأكثرها قدرة على تكوين الرأي العام ووجدان الجماهير.

وتقسّم محتويات الصحيفة، بالنسبة لمدى تأثيرها على الرأي العام، إلى ثلاثة أقسام :

القسم الأول : له علاقة مباشرة بتوجيه الرأي العام، كالافتتاحية والكاريكاتير والأعمدة وبريد القراء، والمقالات الاجتماعية والسياسية

والاقتصادية والنقد الأدبي والفني والإعلانات. ويتسم هذا القسم بالتحيز المتعمد، الذي يرمي للتأثير في الرأي العام.

القسم الثاني : له علاقة، غير مباشرة، بتوجيه الرأي العام؛ فعلى الرغم من أن الطرائف والقصص القصيرة والهزليات والمواد المثيرة، بصفة عامة، التي تدور حول الخرافة والجنس والجريمة، قد لا تؤثر، بصفة أساسية، في الرأي العام، إلاّ أنها تؤثر، بلا شك، في القيم الخلقية والثقافية للجمهور، وخاصة الشباب، وصغار السن، مما لابد أن ينعكس أثره على أحكام الرأي، واتجاهاته إن عاجلاً أو آجلاً.

القسم الثالث : ليس له علاقة بتوجيه الرأي العام، مثل صفحة الوفيات، والنشرة الجوية، وبرامج الإذاعة والتليفزيون والسينما، فمثل هذه المواد وأمثالها لا تثير النقاش، عادة، على نطاق عام، وليست موجهة، في الظروف العادية، إلى تكوين رأي عام، حول مسألة معينة.

وإن كانت هناك أحياناً، استثناءات تفرضها أوضاع بعينها. ومن هذا القبيل، الحملات الدعائية المغرضة، التي قد تقوم بها بعض الجهات، والتي تستغل، عادة، كل أبواب الصحيفة لتحقيق أغراضها سواء، بطريقة مباشرة، أو غير مباشرة.

وحتى يكون للصحيفة هذا الأثر، في تكوين الرأي العام، وكسب ثقة القارئ واحترامه، ينبغي أن تحرص في سياساتها، بالنسبة للخبر، على المبادئ التالية:

١- أن يكون الخبر الذي تنشره صحيحاً، فالخبر هو عصب الصحيفة، وهو الذي يخلق الرأي العام، فلا يجب على الصحيفة أن تعمد إلى تحريف الخبر أو المبالغة فيه، أو تزييفه، لأن ذلك يمثل خطراً بالغاً على الصحيفة نفسها، من جهة، ثم على القارئ، الذي يتوقع من الصحيفة الصدق في أخبارها، والدقة والأمانة، من جهة أخرى. فمن بديهيات العمل الصحفي أن "الخبر ليس ملكاً للصحيفة، وليس ملكاً للرأي العام، ولكنه ملك للحقيقة وحدها"، وإن الصحيفة ملزمة بحكم شرف المهنة أن تلتزم الصدق والنزاهة.

٢- من حق الصحيفة بعد أن تنشر الخبر، بكل الأمانة والصدق، أن تعلق عليه، بما تراه متمشياً مع سياستها، وبما يسمح للقارئ، بعد قراءة الخبر وتدبره، أن يكون له رأي فيه.

٣ـ تتابع الصحيفة الخبر، بعد نشره، وتعلق عليه، ليتكامل الخبر في ذهن القارئ.

صحافة الرأي وصحافة الخبر

قسَّم علماء الرأي العام، في العالم، الصحافة، من ناحية تكوينها للرأي العام، والتأثير عليه، إلى صحافة رأي، وصحافة خبر.

وهذا التقسيم لا يعني وجود صحافة تقتصر على نشر الأخبار، وأخرى تقتصر على نشر مقالات الرأي والتوجيه، وإنما المقصود تغليب بعض الصحف لهذا الاتجاه أو ذاك؛ فهناك صحف تعني بالرأي، والتوجيه والتعليق على الأخبار، وإيضاح مغزاها السياسي والاجتماعي، واستخدامها في الدعوة لمذهب سياسي واجتماعي معين، وتأييد الحكومة القائمة أو معارضتها، والكفاح في سبيل قضايا معينة، قومية كانت، أو سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية.

وصحافة الرأي هي التي تدين بمذهب من المذاهب السياسية، أو الاجتماعية، أو نظرية من نظريات الاقتصاد. ولا تحفل هذه الصحافة كثيراً بالخبر؛ لأن الخبر ليس هدفاً من أهدافها. وإذا نشرت بعض الأخبار، فإنها تنتقي منها ما يتفق مع المذهب، الذي تعتنقه وتخدمه. وهذا النوع من الصحافة، أقل انتشاراً؛ لأن قراء صحف الرأي قليلون، في أي بلد من البلاد؛ ولأن إيقاع العصر السريع لم يعد يمنح القارئ

الوقت الكافي للقراءة الطويلة المتمهلـة، ومع ذلك، فإن صحافة الرأي هي الموجهة الحقيقية للرأي العام.

أما صحافة الخبر فإنها تعطي كل اهتمامها للأخبار، وتستقطب أعداداً غفيرة من القراء، ومن ثم، فهي أكثر توزيعاً، وأوسع انتشاراً من صحافة الرأي، ومن الحقائق المسلم بها أن صحافة الخبر، حين تلتزم الصدق، والموضوعية والأمانة فيما تنشره من أخبار، فإنها تلعب حينئذ دوراً، بالغ الأهمية، في تكوين الرأي العام، وتشكيل اتجاهاته.

والعكس صحيح؛ فإن هناك في الحقل الصحفي، ما يسمى بالصحافة الصفراء، وهي التي تعمد إلى تزييف الخبر، والتركيز على المثير فيه، وما يتصل بالجنس، والجريمة والفضائح الاجتماعية بصفة خاصة، ويلقي هذا النوع من الصحافة، إقبالاً كبيراً من القراء، في معظم أنحاء العالم، ولكن المجتمع العالمي ينظر إليه، كنوع من السموم، أو المخدرات المدمرة لعقول الناس وأخلاقياتهم، والمخربة للمجتمعات، وطاقات الشباب، بصفة خاصة.

الصحافة ومدى تأثيرها في الرأي العام

حتى تكون الصحافة وسيلة بناءة، لتكوين الرأي العام، وأداة حقيقية، للتوعية والتنوير، لابد أن تستمتع بأكبر قدر من الحرية ؛ فالصحافة المقيدة عقيمة، وعديمة القيمة، ولا تأثير لها، فاالمجتمع والكاتب الذي تقيده المحظورات والمحاذير، لا يستطيع أن يسطر كلمة نافعة ؛ لأن فاقد الشيء لا يعطيه.

وهذه بعض الطرق التي يمكن استخدامها للتأثير في الرأي العام عن طريق الصحافة :

١. طريقة ضبط الأخبار والمعارف، حسب حاجة القراء ومعاناتهم واهتماماتهم ومقاصدهم .

٢. طريقة الإثبات والتأسيس المنطقي ، حيث تقدم الصحافة لقرائها النصوص المثبتة ، والمبرهنة من خلال تصوير الظواهر الموضوعية الجادة، في الحياة الاجتماعية بصورة صحيحة ، ويدخل في طريقة الإثبات، استخدام الوثائق والأرقام والإحصائيات والأمثلة الحية ، بشكل مقنع .

٣. طريقة الإقناع ، التي بواسطتها تؤثر الصحافة على عقل وعاطفة القارئ، ومن ثم تؤثر على سلوكه ونشاطه، من خلال تنشيط ذهنه، مما يزيد استيعابه لأفكار وآراء الصحافة، وتقتضي هذه الطريقة تطوير مقدرات وإمكانيات الصحفيين، على إقناع القراء والتأثير على الوعي الاجتماعي، وتكوين الرأي العام .

٤. طريقة الإيحاء، ومن خلالها تدخل الصحافة، إلى ساحة اللا شعور لدى القارئ، وتؤثر فيه، فتجعله يثق، ويؤمن بالقضايا والأفكار والمواقف، التي تريدها الصحافة، بصورة كبيرة ومدهشة.

ومن بين خصائص طريقة الإيحاء هذه، التكرار، وفيه، تكمن قوة الإيحاء، في دفع الإنسان للقيام بأي سلوك وعمل تريده الصحافة. ولكنه يجب أن يتم بصور، وأساليب مختلفة، وإمَّا أن يستخدم لأغراض إيجابية، لصالح جماهير الشعب، أو أن يستخدم لتضليل الشعب، ومن ثم، تصبح طريقة الإيحاء طريقة تلقين وحقن إعلاميين، وهي طريقة تستخدمها الدعاية الصهيونية اليوم .

أنواع الصحف

يمكن تقسيم الصحف إلى عدة أنواع تميز كل صحيفة سواء كانت جريـدة أم مجلـة وفقا لعدد من المعايير هي :

١ ـ معيار دوريـة الصدور :

وهذا التقسيم يميز بين الصحف حسب دورية الصدور أي وقت صدور كل عدد والعدد التالي له ، وعلى أساسه يمكن تقسيم الصحف إلى :

ـ الصحف اليومية : هي التي تصدر بصفة دورية يوميًا ، وبعض هذه الصحف تصدر صباح ، وبعضها مسائية وتتميز بان أكثر أخبارها تنتمي إلى أخبار المتابعة أو أخبار الاستكمال حيث تتابع وتستكمل ما سبق أن نشر بالصحف الصباحيـة ، أو التي لم تتمكن الصحف الصباحية من الحصول عليها،

١ـ الصحف الأسبوعية ،الصحف نصف الشهرية والصحف الشهريـة ،الصحف ربع السنوية أو الفصلية ، وتصدر كل ثلاثة شهور ، وهي غالبًا تصدر عن جهات أو مراكز علمية أو أكاديمية لأنها تهتم بالبحوث والدراسات .

والجرائد تصدر غالبًا بصفة دورية أو على الأكثر أسبوعيا في حين أن المجلة تصدر في دورية لا تقل عن أسبوع .

٢ ـ معيار التغطية الجغرافيـة :

ويقصد بها مدى وصول الصحيفة إلى القراء في الدولة التي تصدر بها أو على مدى أوسع ليشمل عدة دول وعلى هذا تنقسم الصحف إلى :

ـ الصحف المحلية : وهي التي تصدر ليغطي توزيعها محافظة أو منطقة معينة .

ـ الصحف القومية : وهي الصحف التي تصدر لتوزع على جميع الأفراد في الدولة دون انتماء لإقليم أو محافظة معينة ، وتهتم بتغطية الأخبار التي تحدث في الدولة ككل ، كما تهتم بالأخبار العالمية والدولية ، إذ أنها قد توزع خارج الدولة في دول أخرى .

ـ الصحف الدوليـة : هناك بعض الصحف التي تتضمن الجرائد والمجلات التي يطلق عليها صحافة دولية بمعنى أنها تعبر حدود وطنها ويتم قراءتها خارج الحدود في بلاد غير البلاد التي تصدر فيها ؛ وقد يصمم بعضها من الأساس لكي يتم قراءته في خارج الحدود مثل : الطبعات الدولية من مجلة نيويورك ، ومن جريدة الأهرام المصرية ، وقد يصدر في بلد ويوزع في بلدان أخرى ما .

٣ـ معيار المضمون وطبيعة الجمهور :

ويعتمد هذا المعيار على مدى عمومية أو تخصص المضمون الذي تقدمه الصحيفة (سياسي ، اقتصادي ، المرأة ، الطفل ، الأدب ، الفن ، رياضي ...الخ) ومدى مخاطبة الصحيفة لقطاع معين من الجمهور وتركيزها على اهتماماته ، وما إذا كان هذا الجمهور عام ومتنوع ومتباين وغير متجانس ، أو مخاطبتها والتركيز في الاهتمام على فئات معينة ومحددة وخاصة من الجمهور كالشباب أو الأطفال أو النساء أو المهندسين أو الأطباء آو مضامين معينة . وعلى هذا تنقسم الصحف إلى :

- ***صحف عامة :*** وهي تجمع بين المضمون العام والمتنوع ما بين السياسة والاقتصاد والأدب والفن والرياضة وغير ذلك ، وبين توجهها إلى جمهور عام وغير متجانس .

- ***صحف عامة متخصصة :*** وهي صحف جمهورها عام وغير متجانس من حيث خصائصه وسماته ومتنوع من حيث اهتماماته واحتياجاته ، ولكنها تركز على مضمون معين تعالجه بأسلوب يتسم بالبساطة والوضوح ليخاطب جمهور غير متخصص في المجال الذي تتخصص فيه المجلة مثل المجلات الفنية العامة أو المجلات الرياضية

العامة .

- **_صحف متخصصة :_** الصحف المتخصصة من حيث العمر والمضمون فهناك صحف تخاطب جمهور متخصص من حيث العمر وهناك صحف متخصصة في مضمون معين .

٤- معيار الملكية للصحيفة :

- _الصحف المستقلة أو شبه المستقلة:_ أي التي لا تعبر عن أي اتجاه سياسي معين أو تتبنى إيديولوجية بعينها أو تعبر عن حزب سياسي معين وإنما تفتح صفحاتها لكل الآراء والاتجاهات السياسية والاجتماعية ولكل أصحاب الرأي على اختلاف رؤاهم .

- _الصحف الحزبية :_ وهي الصحف التي تصدر عن أحزاب معينة (حاكمة أو معارضة) لتكون لسان حال هذا الحزب تعبر عن فكره أو اتجاهه وتدافع عن مواقفه وسياساته وتطرح رؤيته الخاصة لكافة الأحداث والقضايا .

- _الصحف الحكومية :_ هي التي تصدر عن جهة حكومية رسمية .

٥- معيار حجم التوزيع والسياسة التحريرية :

- الصحف الجماهيرية أو الشعبية : وهي ذات التوزيع الضخم وعادة ما تكون رخيصة الثمن وتركز على الموضوعات التي تهم القارئ

العادي وتخاطب عواطفه بالدرجة الأولى كالجرائم والجنس والرياضة وأخبار المجتمع ونجومه والفضائح والأحداث الطريفة والغريبة والمسلية ،

- صحافة النخبة أو الصحافة المحافظة : وهي صحف تتحرى الدقة والموضوعية وتميل إلى الاتزان في معالجتها للأخبار والموضوعات وتركز على التحليل والشرح والتفسير والمقالات الجادة وتوزيعها أقل ، ولكن مستوى مادتها أعمق وتهتم بالأحداث الدولية والاقتصادية والسياسية ، ولا تنشر الفضائح إلا في أضيق نطاق وغالبًا ما تكون مرتفعة الثمن نسبيا، غير أنه ورغم توزيعها أقل من الصحف الجماهيرية إلا أن تأثيرها أكبر غالبًا نظرًا لأنها تتوجه إلى الصفوة وتخاطب عقولهم ،

- الصحف المعتدلة : التي تجمع بين التوجه إلى الجماهير العريضة والمضمون المتوازن الذي يغطى كل اهتمامات فئات المجتمع بشكل متوازن من الناحية الصحفية ، ويرتبط بما سبق ما يطلق عليه شخصية الصحيفة آلتي هي المدخل لفهم سياستها التحريرية .

٦ ـ معيار الشكل الفني للصحيفة :

تنقسم الصحف في إطار هذا المعيار إلى : الجرائد والمجلات ، وتتفق كل من الجريدة والمجلة في أنهما يصدران دوريًا أو في مواعيد منتظمة .

إلا أن هناك مجموعة اختلافات بينهما من حيث :
ـ الشكل والحجم الذي تصدر به الجريدة وتصدر به المجلة ، فالجريدة عبارة عن طيات لعدد من الصفحات دون غلاف ، تأخذ إما الحجم الكبير Standard أو الحجم النصفي Tabloid وهناك حجم وسط غير شائع الاستخدام مثل حجم صحيفة Lemonde الفرنسية ، نجد أن المجلة تصدر في عدد أكبر من الصفحات ذات غلاف يضم هذه الصفحات وتتنوع أحجامها بين الحجم الكبير أو الحجم المتوسط أو الحجم الصغير (حجم الجيب) .

ـ دوريـة الصدور ، فالجريدة لا تزيد دورية صدورها عن أسبوع آما المجلة فلا تقل دورية صدورها عن أسبوع ،،، و تستخدم كلتاهما الأشكال الصحفية المختلفة وان كانت الجرائد تركز غالبًا على ماذا حدث ، أما المجلة فتركز على لماذا حدث وكيف ؟ أي أن المجلة تميل إلى مزيد من العمق في معالجتها الصحفية .

و تسمح دورية الصدور الأطول نسبيًا في المجلة بإعطاء مزيد من العناية والاهتمام فيها للصور والألوان وتجويد عملية إنتاجها واستخدام أنواع من الورق أكثر جودة من الذي تستخدمه الجرائد

٧- المعيار الاقتصادي :

- *الصحف المجانية :* هي الصحف التي توزع بشكل مجاني وتأخذ مضامين شاملة ومصدر إيراداتها من الإعلان .

- *الصحف المدفوعة أو الربحية :* توزع برسوم معينة ومصدر إيراداتها من التوزيع والإعلان.

٨- معيار الوسيط الاتصالي الذي يحمل الصحيفة :

حيث لم تعد الصحافة تعتمد فقط على الورق المطبوع التقليدي في نقل محتوياتها إلى القراء وعلى ذلك نجد الآن أكثر من وسيط لنقل الصحيفة :

الصحافة الورقية المطبوعة التقليدية ، الصحافة الإليكترونية غير المطبوعة التي تتخذ وسائط إليكترونية وتعتمد أساسا على الحاسبات الإليكترونية في عملية الإرسال والاستقبال وهذه الصحافة الإليكترونية تتخذ أكثر من شكل على النحو التالي :

- الصحافة الإليكترونية الفورية التي يحصل القارئ على محتوياتها

من خلال شبكات وقواعد البيانات ، وخدمات المعلومات نظير اشتراك آو مجانا مثل تلك الصحف آلتي تصدر على شبكة الانترنيت ولها أصل ورقى أو الصحيفة الالكترونية التي ليس لها أصل ورقي،أو موقع اخبارى أو موقع لمؤسسة إعلامية وتتميز الصحافة الفورية بالتفاعلية والتجديد المستمر في المحتويات .
الصحافة الإليكترونية غير الفورية التي توجد أعدادها على وسائط إليكترونية مثل الأقراص الضوئي آو الدسكات المرنة.

أدوات جمع المعلومات الصحفية

المعلومات الصحفية هي عصب العملية الإعلامية عامة والعملية التحريرية بخاصة ، فهي المادة الخام التي يسعى المحرر الصحفي الى جمعها واستكمالها ومراجعتها وتنقيحها وصياغتها، ثم عرضها على المحرر المسؤول لكي يقرر صلاحيتها للنشر .

مفهوم المعلومات Information ينبغي التفريق بينه وبين مصطلحات أخرى ، كالحقيقة Fact والبيانات Data ثم المعرفة ، والعلم فالحقيقة : هي شيء تبين صدقه عن طريق الملاحظة او التجربة بقدر ما تسمح به القدرة الإنسانية ،والبيانات أو المعطيات : تعني حقيقة معينة او بياناً معيناً.. وقد تكون أرقام أو تصنيفات أو جمل أو رموز او كلمات او إحصاءات ليس لها علاقة ببعض ولا توجد لها ارتباطات ، وغالباً ما تكون غير مجهزة للنقل والتصنيف .بحكم عدم انتظامها او معالجتها او تفسيرها.

مثال:

تعد مجلة (السراج) أول مجلة نسائية تصدر عن معهد تربوي في العراق ، وكانت قد صدرت عام ١٩٤٦ في مدينة الحلة ، أصدرتها

ثانوية الحلة للبنات وكانت توزع على أرجاء الألوية العراقية ، عدد نسخها المطبوعة ٥٠٠ بواقع ٤٠ صفحة من القطع المتوسط .(المثال السابق يعد معلومات قابلة للنشر والتعميم ....لاحظ بيانات او معطيات الفقرة . السراج مجلة .....معهد تربوي ....١٩٤٦....ثانوية الحلة ...ألوية العراق ....٥٠٠....٤٠...قطع متوسط. شؤون المرأة ....تحرير صحفي ....ارتفاع المهارات الإعلامية ....تستمر ١٤ يوم ... للدورة اختبار ...عدد المؤهلين ٣٠... ستوزع شهادات اختبار .... المحاضر د.كامل القيّم ..الساعة الثانية ظهراً.

تلك مثلاً بيانات وجمل مقتضبة بحاجة الى تجهيز للنقل والتحرير . فالمعلومات :هي البيانات التي تمت معالجتها لتحقيق هدف أو أهداف معينة ، والبيانات لاتعد مفيدة بصيغتها المجردة او المقطعة كما في المثال السابق ، إنما عملية تحريرها تجميعها او تفسيرها وإضفاء مسحة من المعنى المعبر عن الفكرة هو الذي نقلها الى صفة المعلومات .. وبذلك تؤدي الى تقليل عدم اليقين او إيجاد التغيير في الحالة الادراكية والمعرفية للمتلقي . ولكي تعطي البيانات بعد تحويلها الى معلومات صدىً فاعلاً ومؤثراً لابد من تتوفر فيها السمات الآتية:

- ان تكون على درجة عالية من الدقة وخالية قدر الامكان من الأخطاء او تشويه الحقائق.

- ان تكون ممثلة للواقع المعاني والأفكار التي يغلفها البيان.
- شاملة دون زيادة او إضافة تعيق التلقي.

- ان تكون متسقة فيما بينها دون نعارض او تناقض.
- مناسبة للاستخدام الزمني.

- لها هدف محدد لا تثير جدلاً في المعنى أو الواقعة.
- والمعلومات هي المعرفة حينما تتراكم ...يومياً وأسبوعيا وشهريا..الخ ذلك التراكم يجعلها تصب للآخرين طريقاً جديدة للتفكير وتقويم الأمور على وفق ذلك التراكم .

المعلومات الصحفية تنقسم الى نوعين أساسين :

- *الأولية* : او الراهنة او الحالية ، واتي تتسم بالجدة والفورية ، وغالبا ما ترتبط بالوقائع الاجتماعية ومستجدات اهتمامات ومشكلات وظواهر المجتمع اليومية والأسبوعية وتعد المعيار الأساس والمهم في تميز ونجاح الصحفية وبالأخص اليومية.

- *الثانوية :* هي المعلومات التي الثانوية او المكملة او المساعدة والتي سبق نشرها وجمعها وتخزينها ، ويسهل استرجاعها ، والتي تعطي إضافات او تفسيرات أو دعائم للأحداث والظواهر ...وفي الأغلب يأتي هذا المحور من المصادر الحية(المقابلات او الشواهد) او الوثائق

والكتب ، او من الذاكرة الصحفية للمؤسسة او الصحيفة او القناة الإعلامية .

والتي تتضمن الأتي:

اولاً: المكتبة الصحفية :

وتضم قطاعين أساسيين :

أ – *قطاع الدوريات :* وتضم أعداد الجريدة او المجلة التي تصدرها المؤسسة الصحفية مجلدة ومجهزة بحسب الأعداد والتواريخ، بالإضافة الى الدوريات المحلية الأخرى والعربية والدولية

ب- *المراجع والمصادر:* الكتب العادية ، التي لها صلة دائمة بالإحداث والوقائع الجارية او كتب المجتمع والتاريخ والسياسة والحضارة ...الخ والتي تعد زاداً اساسياً للصحفي.

ج- *والأخرى الكتب المرجعية* او(تحت اليد) وهي الكتب التي لا تقرأ كلها بل يتم انتقاء بعض أجزائها او عناصرها من قبل المحرر لكي يتأكد من معلومة او يستشهد باقتباس او قرينة او حقيقة ، وتشمل :دوائر المعارف ، القواميس او المعاجم اللغوية ، معاجم التراجم ، الكتب السنوية الصادرة عن المؤسسات والوزارات ومراكز البحوث ، الأطالس ومجموعة الخرائط والصور الجغرافية والبيئية ، مختصرات

الحقائق ووقائع التاريخ والمشاهير ، الكشافات ، الببلوغرافيات ، المستخلصات ، المعاجم الجغرافية (مدن) آثار ، الرسائل والاطاريح العلمية ،،صور الوثائق والرسائل الشخصية المنشورة .

ثانياً: الأرشيف الصحفي :

ويتضمن :

١-أرشيف المعلومات : ويضم قصاصات من الصحيفة أو الصحف الأخرى وتقارير ونشرات ونصوص صحفية لم تنشر مصنفة ومرتبة بشكل يسهل استرجاعها وتضم :

أ – معلومات عن أشخاص. ب- معلومات عن موضوعات ويمكن تصنيفا وتعزيزها على الحاسوب مثل :· ٢٢/ ٤ /طه باقر / مؤرخ آثاري / عراقي / حلي / بابل / تاريخ العراق القديم/ حديث · ٦٧ /٩ /احمد الصافي النجفي / شاعر أديب / عراقي / النجف / شعر سياسي / حديث · ٤ / ٣٤ /حمورابي / قائد ومشرع / بابل / قوانين / حضارات قديمة · ٧٧ /١/ نوري المالكي / رئيس وزراء / عراقي / سياسة / حديث

٢- أرشيف الصور: ويضم الصور الفوتوغرافية والرقمية المنشورة وغير المنشورة وبحسب الأشخاص والموضوعات

.بالإضافة الى الصور والأشكال التوضيحية والتي يمكن ان تغني موضوعات مستقبلية كصور الكاريكاتير وصور التعبيرات المحزنة او الإحصاءات والأشكال التي لها تعبير غير الصورة .ثالثاً:وحدة إعداد البحوث .

ثالثا : المندوب الصحفي :

المندوب الصحفي : هو الذي يغذي الصحيفة بنسبة كبيرة من الأخبار والتقارير التي تنشرها وتعالجها في ثنايا صفحاتها ،كما هو الذي تنفرد الصحيفة بسببه بأخبار معينة او في تحقيق سبق صحفي والمندوب الصحفي غالباً ما يتخصص في قطاع معين من قطاعات الصحيفة كان يكون اقتصادياً ، ام علمياً ام تربوياً ، ذلك أن التخصص يتيح له بناء علاقات وطيدة مع المسؤولين والمعنيين في ذلك القطاع ، وتقوم الصحف بتوزيع الأدوار بحسب المراكز المهمة للأخبار ، فلكل وزارة او مركز خبري هناك مندوب يغطي ما يجري ، والمندوب غالباً ما يكون لغرض متحرك (نشاط معين) على الصعيد الداخلي او الخارجي .

صفات المندوب الإعلامي :

- أن يكون متخصصاً في قطاع ما.
- أن يبني علاقات مهمة مع مراكز قوى ذلك القطاع .
- لديه دراية كافية على القرارات والأنشطة والخطط والشخصيات التي تعود الى مجال تخصصه .
- أن لا يتذمر من ملاحقة الجديد والمفيد لإبراز السبق الصحفي لقناته الإعلامية .
- أن يحمل شخصية جذابة ومؤثرة ليحصل على انعكاسات اجتماعية مختلفة .
- ان يسعى وراء كل جديد ولا يكتفي بما ينشره الآخرون ، والقنوات المنافسة.
- أن يقرأ الصحف الأخرى ويتابع الفضائيات ومواقع الانترنت وكتب الاختصاص الأخرى .
- ان تكون لدية علاقات مع قادة الرأي وزملاء الصحف وقنوات الإعلام الأخرى.

رابعا : المراسل:

هو الشخص الذي يقوم بنقل الأخبار والأنشطة التي تقع في المقر الذي يتواجد) يسكن فيه) ويتابع باستمرار الأنشطة التي تحث في ذلك المكان ويقوم بإرسالها الى مركز الأخبار في الجريدة التي غالباً ما تقع في مدينة ثانية ، وهناك مراسل محلي وطني ، ومراسل إقليمي ، ومراسل خارجي دولي ، وهؤلاء يكون تواجدهم دائم في أحيان كثيرة سواءً على مستوى المدن المحلية ، ام على مستوى الدول وعواصمها المختلفة (حيث مصادر الأخبار الرئيسة) .

صفات المراسل الإعلامي : الثقافة العامة والخاصة ، لديه علاقات مع قطاعات مختلفة ، وسط جامعي ، مركز محافظة ، مجلس محافظة ، دوائر المحافظة ، قادة رأي ، مراكز الشرطة والقضاء ، لديه معلومات متراكمة حول تاريخ المنطقة او المدينة وحِراكها الاجتماعي والإحصائي، ذلك انه يحتاج في أحيان كثيرة إلى ربط الإحداث والشخصيات والظواهر بالتاريخ ، يمتلك مهارة في استخدام الحاسوب ومعالجة المعلومات والبيانات والصور ، وبالأخص إذا كان للصحيفة أو القناة مركز إقليمي ، او محلي ، فيمكن ان يرسل المادة المحررة أو المصورة أو المصوتة ، عبر البريد الالكتروني بعد ما أجرى عليها التحرير او المونتاج الصوري والصوتي ، ذلك ان تسارع الإحداث

والتقارير لا يتيح لمركز الجريدة او القناة إن تخضع جميع المواد إلى الفحص والتحرير والمونتاج . أيضا لابد أن يمتلك مهارة في علم السياسة والاقتصاد والاجتماع والنفس (وان يحمل مؤهل جامعي في الإعلام او العلوم الإنسانية على اقل تقدير) و أن يهيئ لنفسه أجندة عمل وذاكرة صحفية كالشخصيات وطرق الاتصال بهم ، الخرائط ، صور لشخصيات ، إحصاءات ، كتب ومراجع حول المنطقة أو المدينة اذا توفرت ، كل ما يتعلق بالمدينة من تراث او طقوس أو بُعد قيمي او ديني او حضاري و أن يجيد كتابة ونطق اللغة العربية ، ولغة أخرى ، بالإضافة الى السمات التأثيرية الأخرى ، كالصوت ، والهيئة ، والشخصية ، والأسلوب ، والملبس ، وطرق التعامل مع المسؤولين والعامة، كونه يغدو سفيراً لقناته أو صحيفته و أن يهيئ سبل الاتصال الفورية مع الجريدة او القناة ، ويهيئ أدوات التصوير أو التسجيل والكتابة ، مع الاحتياط و حضوره الدائم والفاعل في الأنشطة والمؤتمرات واللقاءات التي تحصل في مكان التغطية .

خامسا : المقابلات الاجتماعية (الاستطلاع الاجتماعي) : وهي المقابلات والمعلومات التي يحصل عليها الصحفي من ثنايا البيئة الاجتماعية عن طريق الرصد السلوكي أو إطلاع ردود الأفعال تجاه الظواهر والقضايا المختلفة ، وقد يكون الاستطلاع الاجتماعي منظماُ ،

أم عشوائياً ومن خلاله يتوصل الصحفي الى عرض او نشر اتجاهات معينة يرى إنها مفيدة للقاريء أو مشوقة أو مسكنة مثل ، والاستطلاع الاجتماعي يقترب من قالب الاستطلاع الصحفي إلا انه آراءه تنحصر في ثنايا التكوين الاجتماعي المجهول والعشوائي ، غرضه طرح أراء ناس أو فئة أو شريحة نحو حدث أو فقرار معين

مثال : يلاحظ الصحفي في العمل والشارع أو السوق أن الشباب يتكالبون في تغيير أجهزة الاتصال الخلوي (الموبايل) هنا يختار شريحة عشوائية ويبدأ بتسجيل وتصوير وملاحظة آراء مجموعة منهم ، ويصبح الموضوع أجمل وأكثر تشوقاً حينما يشمله مقارنات وإحصاءات وجمل وأراء الفئات الأخرى ...مثل الموضوع المفترض هذا :في دراسة اقتصادية حديثة خسارة العراق ٢٣٠ مليون دولار شهرياً...جراَء تسارع مودة المحمولأبو احمد متقاعد : لدي جهاز تلفون ارضي منذ الاربيعينيات... وهاتفي المحمول استبدلته

سادسا: الاستكتاب : عملية طلب او تكليف جهات معينة او أشخاص) باحثين ، متخصصين ، مهنيين ، أدباء ..الخ) بالكتابة حول موضوع ما ، كأن يكون ملف ، او ملحق ، ام نشرة مرفقة لمؤتمر وغالباً ما يكون لقاء ثمن مادي او اعتباري مثل :المؤتمر الثقافي الأول حول تاريخ مدينة الحلة ، تطلب اللجنة التحضيرية، ام رئاسة تحرير الجريدة

من المختصين بالكتابة عن تاريخ الحلة ، حول محور معين ، المراقد المقدسة ، الأدب ، العمارة ، الصحافة ، النخب ، والأحزاب ، كلاً بحسب ميدانه .

سابعا : وكالات الأنباء : لايمكن لأي قناة إعلامية أن تستطيع أن تزرع مراسلين في جميع أنحاء العالم ، لذا فوكالات الأنباء تمد الصحف وقنوات الإعلام الأخرى في جميع أرجاء المعمورة بالأخبار والتقارير والمعلومات والصور ، من خلال نظام الاشتراك او العقود او الاتفاقيات المبرمة بين الطرفيين ، ويستحيل على أية جريدة الاعتماد على قدراتها الذاتية في توفير المعلومات وبالأخص ذات الطابع الدولي ، وتتربع وكالة الاسوشيتدبرس وهافاس الفرنسية (اندمجت وأصبحت وكالة الصحافة الفرنسية و رويترز البريطانية .كما لكل دولة من الدول عشرات الوكالات المحلية التي تزود الصحف ووسائل الإعلام بالأخبار والمقالات والتقارير الخبرية .

ثامنا : الإذاعات المحلية والأجنبية و الصحف المحلية والعربية والدولية و الوثائق والمؤتمر الصحف و الوزارات والهيئات ومنظمات المجتمع المدني والشخصيات الرسمية والشعبية ، أصدقاء زملاء ومعاونو الشخصيات البارزة في المجتمع ،حفلات ومهرجانات

، رسائل القراء واتصالاتهم و التقويم العام بما يحتوى على مناسبات دينية ووطنية.

تاسعا : وحدة إعداد الملخصات .

عاشرا : وحدة الترجمة .

احدى عشر : وحدة التصنيف والمعالجة الالكترونية (الحاسبة) .

اثنى عشر : وحدة العلاقات والاتصال المحلية والخارجية شبكات ، هيئات ، مراكز بحوث ، مواقع الكترونية .

ثالث عشر : وحدة النشر الالكتروني ، عبر الانتريت (وتشمل نقل واستلام التفاعل مع الجمهور واستلام المقالات والأخبار وإضافة الصور والتحرير الرقمي) .

العنوان

أنواع العناوين :

- وصفي : يصف حالة الحدث ويجسده بكلمات وصفية.
- إخباري : دال على مضمون الخبر، يعلن عن حدث أو معلومة جديدة.
- استفهامي : يصاغ على شكل سؤال ويستفهم عن المشكلة بشكل يثير الاهتمام ويجذب القارئ .

- توجيهي : يقترب من الصياغة الإنشائية في التوجيه والإرشاد.
- مقارن : يوجه صيغة العنوان للمقارنة مع الحدث والزمن.
- الاقتباس : يقتبس كلاما حرفيا أو محررا للقائل.
- توضيحي : يشرح ويوضح موقف أو حدث أو معلومة .
- استنتاجي : يؤخذ من الفهم العام وليس حرفيا من المادة .

ومن أنواع العناوين وخاصة للغايات التحريرية والإخراجية معا :

- رئيسي : يعرض المعلومة الرئيسية والأهم أو الأبرز في القضية المهمة في المادة الصحفية.

- ثانوي : يأتي بعد الرئيسي من حيث أهمية المعلومة التي يتناولها وحجمه أقل من الرئيسي ومعلومته إما أن تكون مكملة للرئيسي أو تتناول معلومة أخرى.

- فرعي : بين المتن وهو عبارة عن كلمات معدودة تشير لاسم الشخص المتعلق به محتوى المتن التالي، أو تلخص محتوى المادة .

أمور يجب مراعاتها عند كتابة العناوين :

*من شروط العنوان الجيد أن يكون ناقلا لمحتوى المادة وواضحا ومفهوما وبسيطا دون تعقيد وموجزا ودقيقا وله سجع موسيقي ومتوازنا وسلسا وجاذبا.

*يفضل أن يتكون العنوان من كلمات معدودة جاذبة متناسقة.
*الفعل المضارع أقرب للاستعمال في العنوان والماضي يستخدم للضرورة وخاصة المرتبطة بالزمن.

*يختار العنوان من المقدمة بحيث يحتوي على معلومة حديثة أو يعلن عن جديد.

*من صفات العناوين الجيدة أن توجه للجمهور الأوسع وأن تبرز الشخصية الأهم أو الحدث المركزي، وتجيب عن أهم العناصر، وألا تهول أو تضخم وأن تلتزم الدقة.

*يفضل عدم استخدام الصفات إلا للضرورة، وأن تبتعد عن الكلمات المبهمة والعامة.

*عدم تكرار الكلمة مرتين في العنوان.

*استخدام المختصرات والابتعاد عن التعميم.

*استكمال اللغة في العنوان فعل وفاعل، مبتدأ وخبر، مسند ومسند إليه .

المقدمة الصحافية

يستطيع الاستهلال اللطيف أن يمس جوهر الموضوع... وطرافة الحدث... ويهيئ خشبة المسرح لسرد القصة و"أفضل المقدمات هي التي تفتح شهية القارئ إلى الاستزادة من القراءة " (فريزر بوند) .
يجب أن تتراوح مفردات المقدمة الناجحة ما بين ٢٠ـ ٣٠ كلمة ويجب أن تكون هذه المفردات : موجزة وواضحة ودقيقة ، والمطلوب من هذه المفردات العشرين أو الثلاثين أن تؤدي الوظائف التالية لتكون مقدمة جيد ة :

- تعرض ملخصاً للموضوع.

- تكشف عن هوية الأشخاص والأماكن من ذوي العلاقة.
- تبرز الطابع المميز للخبر.

- تعطي آخر التفاصيل عن الحدث.

- تثير اهتمام القارئ لمتابعة قراءة الخبر.

أنواع المقدمات :

- التلخيصية : تلخص معلومات المادة الصحفية بأقل قدر ممكن من الكلمات، وتعد من أسهل أنواع المقدمات ومنها يؤخذ العنوان .

- الخلفية : تشير لخلفية الحدث أو الشخصية وارتباطها بالمادة الصحفية

- القنبلة : جملة مفاجئة لحدث مفاجئ

- التناقض : تشير لحالين متناقضين كليا، ويكون المتن مفسرا لهذا التناقض.

- لاقتباس : تكون الجملة في المقدمة من أقوال الأشخاص المذكورين في المادة، بحيث يكون الاقتباس جديداً ولافتا.

- المجاز (من الفنون الأدبية) : اقتباس معاني مجازية

- المثل أو الحكمة : اللجوء للمثل أو الحكمة كمقدمة لجذب انتباه القارئ .

- الوصفية : وصف الحدث أو الحالة مثل الجرائم

- الغرابة أو الطرافة: ذكر الأشياء الغريبة أو الطريفة في المقدمة

- الحوار: تقوم على صيغ الحوار بين طرفين، وشبيه بالسؤال والجواب.

- التفسيرية : تقدم تفسيرا لأحداث المادة الصحفية أو معلوماتها.

- الخبرية : تركز على الخبر الموجود في متن المادة.

- الاستفهامية : تبدأ بسؤال استفهامي يتعلق بمضمون المادة أو يدفع القارئ للبحث عن الإجابة.

- المثيرة : تحتوي على فكرة غريبة.

العمود الصحفي

العمود الصحفي أو مقال العمود هو مساحة حرة تضعها الصحيفة أمام كبار الكتّاب بمساحة محددة لا تتجاوز عموداً ليعبروا عن آراءهم ورؤيتهم حول قضايا مجتمعهم، ويتصف بالثبات من خلال العنوان والموقع في الصحيفة ، وموعد النشر ، كما انه يمثل فكرة أو رأي و خاطرة للكاتب و ذلك حول واقعة أو ظاهرة اجتماعية... أو سياسية أو ثقافية لشد القارئ بالصحيفة.

و يحتل العمود الصحفي مساحة كبيرة في الصحافة ومكانة مرموقة بين أنواع المقالات الصحفية و ذلك لأنه يمتاز بالوصف الواقعي ويعتمد على مصادر الأنباء و يرجع إليها و يلتزم بالأسلوب الصحفي الاجتماعي البسيط ويعكس الرأي الشخصي الخاص بكاتب العمود الصحفي في الغالب مما يمنح الكاتب حرية أكثر و دون تبعات كبيرة للصحيفة جراء ما يطرحه في العمود الصحفي ويحرص العمود الصحفي على أن يكون مرآة صافية صقيلة للواقع القائم المعاش كي يرى القراء الواقع و أنفسهم في تلك المرآة فيحبون ما هو جميل و لا يحبون ما هو عكس ذلك.

ويدور العمود الصحفي حول الحياة الواقعية العامة للشعب ، لذلك فانه يعزز الارتباط و العلاقة و التجاوب بين القراء من جهة و الصحيفة و الكاتب من جهة أخرى ، خاصة إذا استجاب الكاتب في العمود الصحفي للتبسيط بسبب تعدد أذواق قراء الصحف و مستوياتهم الاجتماعية و الاقتصادية والثقافية ، كما ويدور حول موضوعات جادة و أحياناً يتناول بعض الموضوعات الطريفة وإذا كان موضوع العمود الصحفي تخصصياً فيسمى ذلك العمود بالعمود المتخصص بينما إذا كان ثقافياً يطلق عليه اسم العمود الثقافي و هكذا.

ويلتزم العمود الصحفي بما يفرضه عامل السرعة حيث انه قصير ومختصر و مفيد و سهل الفهم للأكثرية و يعكس الهموم و الاهتمامات و الإرهاصات والهواجس ، حيث يعتقد بعض علماء الصحافة أن عامل السرعة هو الذي اجبر الصحف على التحول من المقال الافتتاحي الطويل إلى القصير و من ثم ساعد على ولادة العمود الصحفي الذي يسمى أيضاً بمقال العمود ، بالإضافة إلى اختلاف وتنوع أساليب التحرير فيه وزيادة عدد قرائه مقارنة مع المقال الافتتاحي للصحيفة .

أنواع المقال الصحفي

أولاً: المقال الافتتاحى

وهو يعد أهم فنون المقال الصحفى، وهو يقوم على وظيفة الشرح والتفسير والتوجيه معتمداً على الأدلة والشواهد والبراهين والبيانات للوصول إلى إقناع القراء وكسب تأييدهم للموضع الذى يطرحه فى مقاله.

ويتميز المقال الافتتاحى بـ :

١- عبير عن سياسة الصحيفة بغض النظر عن توجهها والجهة التى تملكها .

٢- بعة الوقائع والأحداث اليومية على المستوى المحلى والدولى .

٣- الأهتمام بالقضايا التى تشغل انتباه الرأى العام .

٤- إبراز الخلفية التاريخية للأحداث والقضايا والإحاطة الكاملة بها .

٥- استخدام اللغة السهلة البعيدة عن الغموض والمصطلحات الضخمة.

ومن هنا فإن المقال الافتتاحى ليس تعبيراً عن وجهة نظر الكاتب، أو ترجمة لانطباعاته الشخصية وإنما هو فى حقيقة الأمر تعبير عن سياسة الصحيفة، ولذلك فكثراً ما يأتى المقال الافتتاحى دون توقيع،

لأنه منسوب فى هذه الحالة للصحيفة وذلك بهدف الإقناع وليس مجرد الاستمالة العاطفية، وبالتالى فقد يعتمد الكاتب على الأرشيف الصحفى ومصادر المعلومات بالصحيفة فضلاً عن قراءاته العديدة ومعلوماته التى استطاع اكتسابها من طول فترة عمله بالصحيفة.

أسس كتابة المقال الافتتاحى :

يأخذ المقال الافتتاحى هيئة الهرم المعتدل والذى يتضمن ثلاثة عناصر أساسية هى المقدمة، وجسم المقال، والخاتمة، فالمقال الافتتاحى غالباً ما يحتوى على مدخل يثير الانتباه إلى أهمية الموضوع الذى يدور حوله المقال حيث تهدف المقدمة إلى تهيئة ذهن القارئ لتلقى المادة الصحفية التى يتناولها، أما صلب المقال فيتضمن الحقائق والمعلومات التى يؤكد عليها الكاتب بالأدلة والبراهين وفق السياسة التحريرية للصحيفة .والمقال الافتتاحى يكتبه رئيس التحرير أو كبار الكتاب بالصحيفة من أصحاب الثقة وذات التوجه الذى يتطابق فيه ما يكتبه مع السياسة التحريرية للصحيفة.

وكان قديماً يوقع كاتب المقال الافتتاحى بإسمه أسفل المقال عندما كانت صحافة الرأى هى التوجه الصحفى السائد فى العالم، ولكن وبعد الحرب العالمية الثانية ظهرت الصحافة الخبرية وفيها أصبح المقال الافتتاحى تعبير عن توجه الصحيفة وليس شخصاً بذاته .

والمقال الافتتاحى الجيد هو الذى يختار موضوعه بعناية فائقة من ناحية، ويكثر به الأسانيد والدلائل والبراهين من ناحية أخرى .
وقد كان المقال الافتتاحى فى القرن الماضى يشغل الصفحة الأولى، وأجزاء من الصفحات الداخلية ومن أشهر كتاب المقال فى مصر على مدار تاريخها محمد عبده، جمال الدين الأفغانى، مصطفى كامل، أحمد لطفى السيد، عبد القادر حمزة، عبد الله النديم، إبراهيم المازنى، أديب إسحاق، إحسان عبد القدوس، أنيس منصور، محمد حسنين هيكل، إبراهيم نافع، سمير رجب، عباس الطرابيلى، إبراهيم عيسى، وعلى المستوى الدولى جون أدامز، جوزيف وارن، ورالف أمرسون، والتر لبمان، صمويل كوبر .
وقد كان المقال الافتتاحى ينهض بمهمة القيادة والزعامة، وكان وسيلة التوجيه والإرشاد وتكوين الرأى العام، ولا يزال يلعب دوراً مهماً فى صحافة الرأى مثل صحيفة التايمز، اللوموند، ونيويورك تايمز وغيرها. .
ومن ناحية أخرى فإن افتتاحيات بعض الصحف قد تؤخذ كدليل على اتجاه الحكومات فى الدول التى تصدر فيها الصحف، كما هو الشأن فى مصر فترة الخمسينات والستينات وبداية السبعينات عندما كان الأستاذ محمد حسنين هيكل يكتب مقاله فى الأهرام بعنوان "بصراحة" .
ويتكون المقال الافتتاحى من ثلاثة أجزاء هى : المقدمة وهى مدخل

مثير للانتباه يعبر عن أهمية القضية أو المشكلة المطروحة فى المقال ثم جسم المقال وهو يضم البيانات والمعلومات الموثقة بالشواهد والأسانيد ثم خاتمة المقال وتحتوى على خلاصة الأفكار والآراء التى تصل إليها الصحيفة فى موضوع المقال .وعلى هذا فإن المقال الافتتاحى يأخذ غالباً القالب الهرمى المعتدل .

مقدمة - جسم المقال - خاتمة طرح القضية - معلومات- بيانات - أدلة - خلفيات تاريخية - خلاصة – نتائج .

ثانياً : المقال العمودى

اعتمدت الصحف منذ انتشارها حتى أوائل القرن العشرين على المقال الافتتاحى الذى كان طويلاً فى البداية ثم أخذ فى التناقص شيئاً فشيئاً والمقال العمودى هو مساحة محدودة من الصحيفة لا تزيد عن عمود تضعه الصحيفة تحت تصرف أحد كبار الكتاب بها يعبر من خلاله عما يراه من آراء وأفكار وخواطر وانطباعات شخصية حول الأحداث والقضايا، وهو فى الغالب له مكان ثابت لا يتغير وينشر تحت عنوان ثابت، وقد يكون كل يوم، أو ربما كل أسبوع مثل (حقائق لإبراهيم نافع، ومواقف لأنيس منصور، من قريب لصلاح منتصر، فكرة المصطفى أمين) .

المقال العمودى والافتتاحى :

توجد العديد من الاختلافات بين المقال العمودى والمقال الافتتاحى أهمها .

١- أن للمقال العمودى مكان ثابت فى الصحيفة.

٢- أن للمقال العمودى عنوان ثابت لا يتغير فى الصحيفة .

٣- أن المقال العمودى ليس شرطاً أن يتفق على سياسة الصحيفة .

٤- أن المقال العمودى لابد من توقيع صاحبه أسفله .

٥- أن المقال العمودى ينشر بانتظام (يومى – أسبوعى) .

وعلى هذا فإن العمود الصحفى يصور شخصية الكاتب وأفكاره وأحاسيسه وتأملاته، والكاتب يعتبر القراء بمثابة أصدقائه حين يفضى إليهم بكل ما يخطر على باله، أو ما يجيش فى صدره من أفكار دون تكلف .

ويمتاز العمود الصحفى بخفة الظل وسهولة الأسلوب واستخدام الصيغ الاستفهامية والتعجبية، كما أنه يمزج التعبير بالتهكم والسخرية مع الحكم والأمثال المتداولة.

وكاتب العمود الصحفى لا يتعمق فى البحث كما يفعل المتخصصون وكتاب المقالات التحليلية ، وإنما هو يكتب على فطرته وسجيته كمواطن يعيش وسط الناس يفرح بفرحهم، ويتألم إذا اشتكوا، ولذلك

فهو يهتم أكثر بكل ما يهم ويمس مشاعر القراء وعواطفهم .

أسس كتابة المقال العمودى :

يقوم بناء المقال العمودى على ثلاثة أجزاء، فالمقدمة هى فى الأساس مدخل وتمهيد من الكاتب لموضوع مهم يتم تناوله فى عموده، ثم يأتى جسم العمود ليضم الحدث أو الموضوع الذى يتم تناوله بالأدلة والشواهد والبراهين.أما خاتمة المقال العمود فهى خلاصة رأى الكاتب فى الموضوع الذى تناوله فى عموده، ولذلك فإن المقال العمودى يقوم على القالب الهرمى المعتدل

حيث السرد مدخل للموضوع ـــ تفاصيل ـ أدلة ـــ خلاصة ـ نصيحة فى الأهمية حتى الوصول إلى ذروة الحدث وفى الخاتمة يؤكد الكاتب على النصح والإرشاد والموعظة.

ثالثاً : المقال التحليلى

يعد المقال التحليلى من أبرز فنون المقال الصحفى وأكثرها تأثيراً، وهو يقوم على التحليل العميق للأحداث والقضايا والظواهر المختلفة التى تشغل الرأى العام.ويقوم المقال التحليلى على تناول الوقائع والأحداث بالتفصيل ويربط بينها وبين أحداث أخرى ثم يستنبط منها ما يراه من آراء واتجاهات ، وهو فى المعتاد ينشر أسبوعياً حيث تكون

الفرصة متاحة أمام الكاتب للخوض فى مختلف مجالات النشاط الإنسانى من سياسة واقتصاد، وثقافة وفكر وأدب .ويمكن بالتالى أن نميز بين المقال التحليلى والافتتاحى من النقاط التالية (مساحته، مكانه، كاتبه)، حيث أن المقال التحليلى لا علاقة له بسياسة الصحيفة كما هو الحال فى المقال الافتتاحى، وبالتالى فهناك مساحة أكبر لكاتب المقال التحليلى فى تناول الموضوعات والقضايا دون حذر أو خوف، بينما تأتى المقالات الافتتاحية معبرة عن توجه الصحيفة .ويقوم المقال التحليلى على ارتباطه بحدث تجذب حيويته أذهان القراء وانتباههم.

أنواع المقال التحليلى :

ويتم ذلك وفق التقسيم الجغرافى والموضوعى للمقال التحليلى .

١ـ *التقسيم الجغرافى* : ويضم المقال التحليلى المحلى، والقومى، والعالمى، فالمقال التحليلى المحلى وهو الذى يتناول القضايا والمشكلات داخل المجتمع الذى تصدر به الصحيفة.أما المقال القومى، وهو الذى يتناول المشكلات والموضوعات المرتبطة بالبلدان العربية، بينما المقال العالمى فهو الذى يتناول قضايا ومشكلات تحدث على نطاق دولى خارج المنطقة العربية.

٢ـ *التقسيم الموضوعى* : وضم هذا التقسيم الآتى لمقال التحليلى

السياسى، والدينى، الرياضى، الثقافى، الأدبى، الاقتصادى، العسكرى، البرلمانى يقوم المقال التحليلى بمجموعة من الوظائف هى :

١ـ عرض وتحليل الأحداث الجارية والكشف عن أبعادها.
٢ـمناقشة وطرح القضايا والظواهر التى تشغل الرأى العام.
٣ـعبير عن السياسات والاتجاهات السائدة فى المجتمع.

أسس كتابة المقال التحليلى :

يقوم المقال التحليلى على هيئة الهرم المعتدل ويضم ثلاثة أجزاء هى المقدمة، وجسم المقال والخاتمة، وبالنسبة للمقدمة يجب أن تتضمن أبرز حدث من الأحداث الجارية دون تفاصيل، وذلك حتى لا يصبح صلب المقال تكرار للمقدمة، أما جسم المقال فيتم عرض المعلومات بالتفصيل بموضوعية مع إبراز الخلفية التاريخية للحدث الذى يتم التعرض له بالمقال وكشف أبعاد الموضوع ودلالاته المختلفة أما فى خاتمة المقال التحليلى فهى تضم خلاصة وجهة نظر الكاتب عن القضية والموضوع المطروح، وقد تأخذ الخاتمة صوراً عديدة منها النهاية الطريقة ، والاقتباسية،والتصويرية، والملخصة، والمثل والحكمة، والمقارنات.

وعلى هذا يمكن القول أن الخاتمة تعد من أهم العناصر المؤثرة فى المقال التحليلى ذلك أنه آخر ما يطالعه القارئ من المقال، وآخر ما يترك لدى القارئ انطباعاً عن المقال وكاتبه.

رابعاً :المقال النقدى

وهو يقوم على عرض وتفسير وتحليل وتقييم الإنتاج الأدبى والفنى والعلمى وذلك من أجل توعية القارئ بأهمية هذا الإنتاج ومساعدته فى اختيار ما يقرأه أو يشاهده أو يسمعه من هذا الكم الهائل من الإنتاج الأدبى والفنى والعلمى الذى يتسم إنتاجه يومياً على المستوى القومى والدولى .

ويختلف فن المقال الصحفى عن المقال الأدبى اختلافاً جوهرياً، وذلك من حيث الوظيفة والموضوع واللغة والأسلوب جميعاً، فمن الثابت أن المقال الأدبى يهدف إلى أغراض جمالية، ويتوخى درجة عالية من جمال العبارة، وذلك كما يتوخاها الأديب الذى يرى الجمال غاية فى ذاته، وغرضاً يسعى إلى تحقيقه، أما المقال الصحفى فإنه يهدف أساساً إلى التعبير عن أمور اجتماعية وأفكار عملية بغية نقدها أو مدحها، وهو على كل حال يرمى إلى التعبير الواضح عن فكرة بعينها . وعلى هذا فإن المقال الصحفى عادة ما يهتم بتفاصيل ما يجرى من الأحداث اليومية فى المجتمع، والأحداث التى وقعت والإحصاءات

والبيانات الواردة من كل اتجاه حيث يكون أكثر اهتماماً بالأحداث وتفاصيلها، أما المقال النقدى فهو يتناول الأرقام والإحصاءات بالنقد والتحليل .

ويتضمن المقال الأدبى مجالات عديدة منها المسرح والسينما والفنون من تصوير ونحت، وكذلك الإنتاج الإذاعى والتليفزيوني، والقصصى والأشعار والأغانى والكتب والمؤلفات فى مختلف التخصصات من سياسة واقتصاد، وتاريخ، واجتماع، وطب، ورياضيات ....

أسس بناء المقال النقدى :

يقوم بناء المقال النقدى على طريقة الهرم المعتدل وهو فى ذلك يصبح متشابهاً مع المقال الافتتاحى والعمودى، من خلال ثلاثة أجزاء هى:

- *المقدمة* :

وتتضمن القضية أو الفكرة التى يطرحها الكاتب، سواء أكانت أدبية، أو فنية، أو علمية وفيها يتم تناول التجديد والتطوير الذى أضافه هذا العمل الذى يتم تناوله بالنقد وإقبال الجمهور عليه من عدمه.

- جسم *المقال* :

وهو يشتمل على عرض موضوع العمل الفنى أو الأدبى أو العلمى وتحليل وتفسير وشرح الأبعاد المختلفة له ، مع مقارنة هذا العمل الإبداعى مع غيره من الأعمال سواء كان ذلك على مستوى ما كتبه

الكاتب من قبل، أو على مستوى ما يتم عرضه.

- *خاتمة المقال* :

وفيه يتم تقييم العمل والوقوف على مستواه الإبداعى وفى الخاتمة تأتى دعوة الكاتب للقراء أو المشاهدين أو المستمعين إلى مشاهدة أو عدم مشاهدة هذا العمل وعلى هذا فإن النقد هو تقييم لعمل يتم عرضه، سواء أكانت ذلك مدح فى العمل أو أحد عناصره، أو نقد بعض عناصره والأخطاء التى شابت العمل ذاته .

الخبر الصحفي

تعريف الخبر الصحفي انواعه و كيفية صياغته :

تضم هذه الأسس القوالب الفنية التى يقوم عليها صياغة الخبر الصحفى وينقسم الخبر الصحفى

بذاته إلى جزئين هما (المقدمة – والمتن) وهما يندرجان تحت العنوان الذى يمثل الدعامة الأساسية عند بناء الخبر الصحفى، وبالتالى فإن عنوان الخبر ...يحتاج إلى عناية ومهارة فنية فى انتقائه، حيث يشترط فيه عدة أمور منها.

(١) انتقاء ألفاظه المعبرة فى قوة وصراحة وعمق فى مادة الخبر وفحواه.

(٢) المطابقة التامة بين العنوان والمضمون الذى يشتمل عليه الخبر.

(٣) جذب الانتباه وإثارة الاهتمام عبر نقل الأحداث بموضوعية دون تهويل أوتزييف لوقائع الحدث.

(٤) الإيجاز فى اختيار الكلمات المناسبة للعنوان، والحرص على أن يجيب هذا العنوان على أحد عناصر الخبر الستة.

أما بالنسبة لمتن الخبر فيجب الالتزام بالقواعد التالية :

(١) البعد عن استخدام الألفاظ الغربية أو اللاتينية، أو التراكيب اللغوية الصعبة التى يصعب على القارئ فهمها.

(٢) الحرص على ذكر المصدر فى الخبر، حيث لايوجد خبردون أن يكون له مصدرسواء أكان هذا المصدر شخص، أو هيئة أو وزارة أو حتى وسيلة إعلامية أخرى، أووكالات أنباء، أما الأخبار المجهلة غير معروفة المصدر فهى لا تمثل المصداقية الكاملة عند القراء.

(٣) استخدام الفعل المضارع عند الصياغة حيث أن الفعل المضارع من شأنه أن يضفى طابع الحالية على الخبر المنشور.

(٤) مراعاة الدقة فى صياغة الفقرات دون تكرار لألفاظ وكلمات أكثر من مرة فى الفقرة الواحدة، وعدم تفعيل المفهوم ضمنياً من الخبر.

(٥) الميل إلى عدم التطويل فى الجمل، وإبراز المعانى بأقل عدد من الكلمات،ولا داعى للمترادفات.

(٦) تجنب استخدام المبنى للمجهول حيث يقوم بتعقيد المعنى بدلاً من سهولته.

فبدلاً من "شوهد قطار وهو يحترق بالركاب" تقول "شاهدت الجماهير القطار وهويحترق بالركاب"

(٧) إذا تضمن الخبر أرقاماً فإن الرقم من (١-١٠) يكتب بالنسخ (اثنان، ثلاثة– وهكذا) أما بعد ذلك فيمكن أن تكتب الأرقام حسابياً (١١، ١٢، ١٥، ١٨، ٢٢).
(٨) عدم الإفراط فى الوصف، وأن يترك المحرر الصحفى للقارئ تكوين انطباعاته دون استمالته لاتجاه معين، مثل إنسان طويل جداً يبلغ طوله (ثلاثة أمتار)، فوز ساحق ومستحق للأهلى على الزمالك، نجاح منقطع النظير لافتتاح دورة الأمم الإفريقية بالقاهرة.

(٩) عدم إطلاق الألفاظ بصفة مطلقة مثل : كانت ديانا أجمل امرأة فى القرن العشرين وفى تاريخ البشرية، أو: كان عبد الناصر أشجع زعيم فى منطقة الشرق الأوسط حتى الآن .

طرق صياغة الخبر الصحفى :

ينقسم جسم الخبر الصحفى إلى ثلاثة أقسام : (١) عنوان (٢) مقدمة (٣) متن .

(١) ***المقدمة :*** يلزم المقدمة عادة أن تكون جذابة، وتثير اهتمام القراء إلى الخبر وأن تكون مليئة بالمعلومات، وتجيب عن أسئلة الكشف عن المجهول (من، ماذا، متى، أين، لماذا، كيف) فضلاً عن ضرورة أن تكون مختصرة وموجزة ومليئة بالحركة والصراع.

وقد تكلمنا عن أنواع المقدمات الصحفية فيما سبق .

(٢) ***متن الخبر الصحفى :*** أما بالنسبة لتفاصيل الخبر فالأمر يتلخص فى أن هذا الشق يمثل صميم كتابة وصياغة الخبر، إذ يشتمل على أهم المعلومات التى تتضمنها الأخبار بالتفصيل المناسب، وتسرد هذه المعلومات فى فقرات منفصلة قائمة بذاتها بحيث إذا ما حذفت إحداها لا يختل المعنى، هذا لا ينفى أن يكون لكل خبر أسلوبه المتميز فى الصياغة..

(١) الهرم المقلوب : فالخبر الصحفى عادة ما يتضمن حقائق

وأحداث وتصريحات، وأن أفضل أساليب صياغة الخبر طريقة (الهرم المقلوب) وفيه يبدأ المحرر الصحفى بالفكرة الأساسية فى المقدمة ثم التفاصيل بعد ذلك، وفق القاعدة التى تؤكد (الأهم، ثم المهم، فالأقل أهمية).

وبعد المقدمة يتم سرد التفاصيل نقطة، نقطة تبدأ بالأكثر أهمية ثم التدرج إلى الأقل فالأقل أهمية، بحيث تأتى أهم معلومة فى الخبر أو أبرز واقعة فى المقدمة، وهى هنا قاعدة الهرم المقلوب أما تفاصيل الخبر فهى تأتى بعد ذلك لتشكل جسم الخبر.

(٣) ***الهرم المتدرج :*** وهو هرم مقلوب ولكن متدرج، حيث يقوم هذا القالب على أساس الهرم المقلوب ولكن يأخذ شكل المستطيلات المتدرجة على شكل هرم مقلوب بحيث يكون للخبرمقدمة تتضمن أهم تصريح فى الخبر ثم يأتى بعدها جسم الخبر فى شكل فقرات متعددة يشرح ويلخص كل منها جانباً من جوانب الخبر، وبين كل فقرة وأخرى يذكر نص تصريح لمصدر الخبر أو الشخصية التى يدور حولها الخبر لنؤكد ما سبق وشرحته الفقرة السابقة وهكذا).

على أن ترتب كل فقرة وما بينها من فقرات مقتبسة من أقوال المصدر حسب أهمية كل منها وفقاً لقاعدة الأهم – فالأهم.

وهذا ما يعنى أن الهرم المقلوب المتدرج هو أصلح القوالب الفنية فى كتابة الأخبار القائمة على سرد التصريحات كما هو الحال فى المؤتمرات الصحفية أو البيانات السياسية والندوات.

(٣) الهرم المعتدل : ويقوم هذا القالب الفنى على ثلاثة أجزاء، مقدمة تحتل قمة الهرم وهى مدخل يمهد لموضوع الخبر وإن كان لا يحتوى على أهم ما فيه، ثم جسم الخبر الذى يحتل جسم الهرم وبه تفاصيل أكثر أهمية فى الحدث وهو فى شكله البنائى يبدأ بالتفاصيل الأقل أهمية، ثم التدرج بعد ذلك لتفاصيل أكثر أهمية حتى نهاية الخبر وفيها أهم قيمة يحملها الخبر، وينتشر ذلك فى الكتابات الروائية والأدبية والحوادث.

- الفرق بين الخبر البسيط والمركب : يتضمن الخبر البسيط فى المعتاد حدث واحد، وقع فى مكان واحد، ولا يحتاج فى تغطيته إلا لمحرر واحد كذلك، أما الخبر المركب فهو الخبر المبنى على سرد الوقائع، والتصريحات والمعلومات، ويدل على أكثر من واقعة وهو يتطلب عند تغطيته أكثر من مندوب، مثل أخبار الانتخابات البرلمانية أو النقابات العمالية والمهنية .

التحقيق الصحفي

التحقيق الصحفي واحد من أهم الفنون الصحفية ، فهو يجمع بين عدد من الفنون التحريرية في آن واحد ، حيث يجمع بين الخبر والحديث والرأي ، وهو من أصعب الفنون التحريرية ، إذ يتطلب مقدرة وكفاءة عالية من المحرر، لذلك يعد المحقق أو الصحفي بقسم التحقيقات من أهم الصحفيين في الجريدة، وحتى يكون الصحفي في هذا القسم لابد وأن يكون ذا خبرة ومراس في مجال الصحافة ، حيث يكون قد تعلم وعرف كيف يحصل على الخبر، وكيف يجري الحوارات واللقاءات الصحفية، وكيف يفسر أو يعلق على ما يقال من آراء، وكيف يوازن بينها، ليقدم في النهاية تحقيقاً صحفياً يفسر الواقعة أو الحادثة أو القضية موضع التحقيق .

يقوم التحقيق الصحفي على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه. ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات أومعلومات أو آراء تتعلق بالموضوع، ثم يزاوج بينها الموصل إلى الحل الذي يراه صالحاً لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة التي يطرحها التحقيق الصحفي .

مصادر التحقيق الصحفي : يمكن لك كمحرر أن تلتقط أفكار تحقيقاتك من خلال هذه المصادر:-

- ما تقدمه وسائل الإعلام العامة كالصحافة أو الراديو أو التلفزيون من مواد، وتدخل فيها الإعلانات التي قد تكون مصدر الفكرة أو التحقيق الصحفي.
- المشاهدات المختلفة للصحفي، وتجاربه أو تجارب غيره، سواء في بيئته المحلية، أو في الرحلات، أو في مختلف قطاعات أو مؤسسات الدولة.
- المناسبات والأعياد والاحتفالات المختلفة.
- القصص الإنسانية والحالات الغربية والشاذة.
- الدراسات والأبحاث والتقارير والنشرات والوثائق المختلفة.

وبصفة عامة، فإنك كمحرر تحقيقات صحفية نشيط يمكنك أن تحصل على أفكار موضوعاتك من كل ما تقع عليه عيناك. وأفضل التحقيقات الصحفية هو ما كان متصلاً بهموم وقضايا الناس ومشاكلهم.

طريقة كتابة التحقيق الصحفي

طريقة كتابة التحقيق الصحفي يتخذ فن التحقيق الصحفي من البحث منهاجاً في التفكير على الوجه الأكمل وهي :

١- جمع البيانات عن المشكلة أو في مجال ميدان يختاره الباحث أو المحقق الصحفي طبقاً لخطة موضوعة وعن طريق الملاحظة ووسائل أخرى دقيقة، مع تسجيل هذه البيانات والتأكد من صحتها،

وملاحظة أن تتم عملية جمع البيانات داخل إطار محدد يخدم هدف البحث المنشود أو التحقيق الصحفي المطلوب.

٢ - تصنيف وترتيب البيانات على أساس التشابه أو الاختلافات أو التباين أو الأساس أو الأسباب أو النتائج، ومحاولة التمييز بين الصفات الأساسية الهامة، والتي لها علاقة مباشرة، وتخدم أهداف البحث أو التحقيق الصحفي، والأخرى السطحية البعيدة عن التأثير على هذه الأهداف.

٣- التعميم لمحاولة استنباط مبادئ أو نظريات في صورة مبدئية، وتعتمد هذه الخطوة على خيال الباحث وقدرته على التصور ومعرفته بالمبادئ والنظريات التي لها علاقة مباشرة بمجال بحثه.

٤ ـ التحقق من صحة النظرية وصلاحيتها عن طريق التجربة.

٥ـ وضع البيانات والنتائج في صورتها النهائية وصياغة نتائج التحقيق الصحفي لابد أن تتم وفق فنيات معينة.

-- ويتكون التحقيق الصحفي المتكامل من ثلاثة أجزاء رئيسية وهي التالية :

١ – المقدمة . ٢ـ الجسم (الصلب) . ٣ ـ الخاتمة.

وتتضمن مقدمة التحقيق الصحفي صياغة الفكرة من وراء التحقيق الصحفي المطروح، كما تساعد إلى حد كبير في تحديد طريقة صياغة بداية التحقيق الصحفي، وهذه المقدمات على أنواع كثيرة، وفنون متعددة، ومن أشهره :

١ ـ المقدمة المختصرة : وتقوم بإيجاز التحقيق الصحفي كله، وتفيد القارئ المتعجل، الذي يريد معرفة خلاصة التحقيق منذالبداية.

٢ ـ المقدمة المتفجرة المثير ة : وتميل إلى إثارة انتباه القارئ بعرض فكرة غير عادية، أو غير متوقعة (مثيرة) لتهيئ ذهن القارئ منذ البداية للولوج في تفاصيل الموضوع .

٣ـ المقدمة القصصية : وهي تبدأ بقصة لجذب انتباه القارئ، وهذه القصة لها علاقة كبيرة ووثيقة بموضوع التحقيق.

٤ - *المقدمة التساؤلية :* وتحاول هذه المقدمة إثارة العديد من الأسئلة، ليتم تناول حلولها في صلب التحقيق وهذا النوع شائع الاستخدام.

٥- *المقدمة الوصفية :* وتعتمد على الوصف، وتستخدم فيها ألفاظ موحية بصور معينة لدى القارئ، مثل وصف الطائرة والإنسان والمكان.

٦ - *المقدمة الساخرة :* ولا تعني هذه المقدمة الاستهزاء أو التشمت، بل تعني النقد اللاذع البناء، ويناسب هذا النوع من المقدمات بعض الظواهر الاجتماعية السيئة المتفشية في مجتمع معين.

٦-*المقدمة المقارنة :* تستعمل لجذب انتباه القارئ، ويعقد فيها مقارنة أو مفارقة سريعة بين الشيء وضده، أو بين فكرة وأخرى.

٨ - *مقدمة الحوار:* ويعرض فيها حوار بين شيئين لهما علاقة بموضوع التحقيق المطروح، وهذا النوع ليس شائعاً، لكنه جيد ومؤثر.

٩ - *مقدمة الاقتباس :* حيث يتم فيها اقتباس قول أو رأى أو حكمة أو غيرها، تكون ذات علاقة بموضوع التحقيق، ونقطة

انطلاقة جيدة للبدء فيه. وهنا أمر مهم لابد من التنبيه إليه وهو وجود أنواع أخرى من المقدمات غير السابقة الذكر، والآنفة الطرح، والصحفي الموهوب المبدع هو الذي يستفيد من تلك المقدمات في تحريره لتحقيقه،وإخضاعها لخدمته، كما يتاح له فرصة أخرى في استخدامه أكثر من نوع كمقدمة لتحقيقه ضمن أنواع المقدمات الفنية الآنفة الذكر. وبعد أن يضع الصحفي مقدمة تحقيقه يشرع في تشكيل التحقيق وإعداده .

أساليب عامة فى تحرير التحقيق الصحفى :

يمكن لكل صحفي أن يحرر موضوع تحقيقه بثلاثة أساليب عامة وهي التالية :

١-***تحقيق العرض :*** وفيه يعرض المحرر بموضوعية موضوع التحقيق من خلال مقدمة تثير اهتمامات القارئ كالتركيز على أحد جوانب الموضوع، أو كمجموعة من الأسئلة، أو كملخص للموضوع، ثم يأتي جسم التحقيق ليتناسب مع المقدمة، مثل: تناول الجوانب الأخرى في الموضوع، أو الإجابة عن الأسئلة المثارة أولاً بعرض الحقائق والمعلومات التي تجيب عن التساؤلات، أو تفصيل للملخص الذي بدأ به المحرر، وأخيراً

تأتي الخاتمة لتلخص النتائج والآراء.

٢- ***تحقيق الوصف :*** وفي تحقيق الوصف يتم تناول وصف سريع للحدث أو الموضوع في مقدمة التحقيق، أما التفصيل فيوجد في جسم التحقيق، والخاتمة تكون للربط بين أجزاء الموضوع، وهي تمثل أخيراً انطباعات المحرر. ويصلح هذا النوع للتحقيقات التي تدور موضوعاتها حول : الرحلات أو الزيارات أو المنافسات كالمسابقات، أو الندوات والحفلات أو المهرجانات.

٣ - ***تحقيق القصة :*** وهنا يقوم محرر التحقيق بكتابة تحقيقه على شكل قصة حقيقية، وليست خيالية أو أدبية، إلا أن هذا النوع يتماثل مع القصص الأدبية في بنائها الفني، أي وجود بداية وعقدة ونهاية ويصلح هذا النوع للموضوعات الإنسانية العاطفية كمأساة الشعب الفلسطيني الجريح، أو حرب شعب البوسنة والهرسك، أو الصومال وغيرها، وعلى العموم يتناول هذا النوع من التحقيقات الصحفية في الحوادث والجرائم والكوارث، حيث تصاغ وتنسج على شكل قصة مثيرة ومشوقة وهادفة تحقق الهدف الذي رمى إليه الصحفي من جراء القيام بهذا التحقيق القصصي. وعلى الصحفي أن ينتبه إلى نقطة هامة

وهي أنه يخاطب شرائح وطبقات من المجتمع متباينة الغايات، ومتعددة الاتجاهات، ومتفاوتة في ثقافتها وعلمها ووعيها، ويتوجب عليه أن يستخدم لغة راقية سامية تناسب عقول القراء على تفاوت مستوى فهمها وإدراكها، وتكون لغة غير مبتذلة وركيكة ومتهافتة، وتكون أيضاً بعيدة عن الألفاظ الصعبة والثقيلة وكل ما يضفي عيلها الطابع العلمي البحت، بل عليه أن يحصر فنه الصحفي في الواقعية والحيوية ومحاكاة ذوات الناس وعقلياتهم، وهذا لا يمكن أن يتوفر إلا جزئياً، ولكن على المحقق الصفحي الموهوب أن يسعى إلى تحقيق هذه النواحي الإيجابية، وعليه أيضاً في خاتمة مطافه وترحاله أن يتوصل من مجمل عناصر ومعلومات وحقائق تحقيقه الصحفي إلى خلاصة ونتيجة تثري الفكر، وتخدم المجتمع، وتدعم الثقافة، ويقول الأستاذ (جويار) (ليس لدى المندوب الكبير الذي يعالج موضوعاً أوسع مما يعالج المحققون، أحياناً كوضع دراسة عن بلد من مختلف جوانبه، الوقت الكافي ليهتم بالجزئيات، إذ إنه يتحتم عليه أن ينقل في تحقيق واحد أو سلسلة (تحقيقات) أهم الخصائص التي يجدها، بحيث يتمكن من تزويد قرائه بفكرة واضحة عنه) .

عنوان التحقيق الصحفي:

لعنوان التحقيق الصحفي أهمية كبيرة في جذب وشد انتباه القارئ، وتختلف طرائق الصحفيين في نسج عنوان التحقيق، فمنهم من يضعه أولاً قبل صياغة التحقيق في صورته النهائية، ومنهم من يرجئ صياغة العنوان إلى حين الانتهاء من تحرير التحقيق كتابياً وهذه الطريقة هي نفس طريقة المؤلفين والباحثين في نسج عناوين مؤلفاتهم، وعنوان التحقيق يحتاج إلى مهارة وذوق وفن ، ويلعب العنوان دوراً هاماً وبارزاً في نجاح وزيادة فعالية التحقيق، وله شروط أساسية حتى يتم التمكن من صياغته وحبكه ومنها :

- وضع العنوان الملائم لطبيعة الموضوع والذي يعطي فكرة عن الموضوع .
- وضع العنوان الملائم لنوعية وشخصية ومستوى الصحيفة .
- وضع العنوان المرتبط بالهدف من التحقيق.
- صياغة العنوان بشكل واضح ومختصر وجذاب.

وعلى ما سبق يمكن الإشارة وتحديد أهم أنواع العناوين المستخدمة في التحقيقات الصحفية :

- *العنوان الدال :* وهو عنوان ذو طابع إخباري، ويدل على مضمون التحقيق.

ومثاله : (الجفاف يؤدي إلى انخفاض إنتاج الحبوب).

- *العنوان الانتقائي :* وهو يقوم على أساس اختيار وانتقاء جانب معين يتميز بالجاذبية والأهمية ومثاله: (القرار الذي أنقذ المؤسسة من الانهيار).

- *العنوان الإيضاحي :* وهو عنوان صريح، يغطي معظم جوانب التحقيق بشكل عام ومختصر وواضح .ومثاله: (الافتقار إلى السائق الجيد).

العنوان الوصفي : وهو العنوان الذي يحاول إعطاء صورة لتجسيد الفكرة والحدث. ومثاله: (مصنع يسبح في بحر من الفوضى الإدارية).

- *العنوان الاقتباسي:* وهو العنوان الذي يكون عبارة عن اقتباس جملة أو عبارة هامة ومعبرة، جاءت في تصريح أو مقابلة مع أحد المشتركين في التحقيق .

ومثاله : (الأزمة الاقتصادية العالمية هي السبب الرئيسي لزيادة الأسعار).

- *العنوان الاستفهامي :* وهو الذي يصاغ على شكل سؤال يجذب القارئ ويثير اهتمامه، وفي الوقت ذاته يطرح المشكلة ويشرك القارئ في حلها.

ومثاله : (لماذا تستهلك أكثر مما تنتج؟) ، (كيف نحول شعار(المجتمع الأفضل) إلى واقع؟) .

- *العنوان المباشر :* وهو الذي يتوجه إلى القارئ، ويخاطبه بشكل مباشر.

ومثاله : (أنت مطالب بزيادة إنتاجك). وليمارس المحقق الصحفي هذه الوظائف بجدارة وتألق عليه أن يتصف بحب الاطلاع والفضول والحس المرهف واحترام أسرار المهنة. وتلعب قراءة التحقيقات الصحفية دوراً مهماً في عملية الترويح وتمضية الأوقات الحرة تمضية ممتعة يكتسب الفرد من خلالها مهارات وخبرات ومعلومات عديدة، فهي منبر تثقيف وتوجيه وتوعية، وهي تضاعف الاهتمام بالأوقات الحرة وتحولها إلى لحظات أنس ومتعة وفائدة، وقد دفع الحماس أحد المهتمين بالصحافة إلى القول: (إن الإنسان إذا لم يهلك نفسه بالقنبلة الذرية فإنه سيدمر نفسه بأوقات الفراغ الطويلة إذا لم يحسن استغلالها).

وعليه فإن القراءة عامة وقراءة الصحف خاصة توسع من دائرة

معارف الفرد وتزوده بالحقائق التي تتصل بنفسه وبالعالم الذي يعيش فيه ، مما لا يستطيع الوصول إليه بتجربته الشخصية، وتنمي فيه روح النقد والتقدير لما يسمع ويقرأ.

التقــرير الصحفــي

التقرير الصحفي فن يقع ما بين الخبر و التحقيق الصحفي ، و هو يعرض مجموعة من المعلومات حول واقعة أو واقعة حديثة ، فيفصلها و يبيّن خط سيرها و يشرح أحداثها بطريقة ديناميكية و حيوية

وهذا العرض لا يقتصر على الوصف الموضوعي و الجامد للأحداث ، إنما يمكن لكاتب التقرير أن يضمن فيه رأيه أو آراء الآخرين و تجاربهم حول القضية محور الحدث .. لذا فكلما كان كاتب التقرير قريباً من هذا الحدث الذي يكتب عنه ، و معايشاً لجوّه ، فسيحظى التقرير بفرصة نجاح أكبر ..

و لا يهتم التقرير – أو كاتب التقرير بالأصح – بالمواضع الجوهرية أو الرئيسية فحسب ؛ في القضية التي يتحدث عنها كما هو الحال مع الخبر الصحفي ، إنما يتوجه بإهتمامه أيضاً إلى وصف المكان و الزمان و الأشخاص و الظروف التي ترتبط بالحدث

في التقرير يسمح للمحرر بالتعبير عن وجهة نظره بعكس التحقيق الصحفي.

يرى بعض أساتذة الصحافة وجود تشابه بين الخبر الصحفى والتقرير الصحفى، حيث أن كل منهما يحمل مضموناً خبرياً جديداً، ومحل

اهتمام القراء فالخبر الصحفى وإن كان تعبير عن واقعة أو حادثة، أو فكرة ترتبط بمصالح غالبية القراء، وتثي...ر اهتمامهم وهو فى ذلك يقوم بعملية النقل ورصد الحدث بموضوعية كاملة.

أما التقرير الصحفى : فهو يتضمن أيضاً مضموناً خبرياً، ورصد لحدث أو قضية أو واقعة إلا أن المحرر الصحفى يضفى بمزيد من التفاصيل حول أصل القصة الخبرية فضلاً عن طرح انطباعه الشخصى عن الواقعة أو الحادثة التى يقوم بالكتابة عنها. وعلى هذا فإن الخبر الصحفى يتسم بالموضوعية فى النقل، واختفاء وجهة نظر الكاتب أو انطباعه الشخصى عن الحدث، والبعد عن سرد أية تفاصيل لا علاقة لها بالخبر أو تخرج به عن موضوعيته، بينما التقرير الصحفى فهو يتضمن انطباعات وآراء واتجاهات وسرد تفاصيل وخلفيات عن الحدث أو الواقعة لم تكن مطروحة عند نشر الخبر الصحفى.

التحقيق الصحفى والتقرير الصحفى :

ورغم التشابه بين النمطين إلا أن الاختلاف بينهما يأتى فى النقاط التالية :

١- أن التحقيق يتناول قضية أو مشكلة (البطالة، رغيف الخبز، أسعار الدواء، الأمراض المتوطنة) أما التقرير الصحفى فهو يتناول خبراً أو موضوعاً يثير اهتمام الجمهور عن طريق نشر المزيد من المعلومات والآراء عن الموضوع المثار.

٢-فى التحقيق الصحفى يقوم المحرر بعرض وجهات النظر فى القضية المطروحة من خلال التحقيق، وبالتالى فلا يسمح له بالتعبير عن وجهة نظره، أو تأييد رأى آخر، بينما التقرير الصحفى فيظهر من خلاله شخصية الكاتب ووجهة نظره، فضلاً عن كونه ليس مضطراً أن يكون التقرير متفقاً وسياسة التحرير التى تقوم عليها الصحيفة التى يعمل بها.

أنواع التقارير الصحفية :

أولاً: التقرير الإخبارى **:**وهو يقوم على شرح وتفسير القيم الإخبارية بالقصة الخبرية المرتبطة بالحدث أو الواقعة، وهو يعنى بتقديم معلومات وبيانات عن خبر أو حدث لم يستطع الخبر الصحفى تناولها، حيث قد تكون هذه المعلومات لها دلالة تاريخية أو تناولها من خلال آراء خبراء ومتخصصين فى الموضوع المطروح، وقد يكون هذا التقرير يومياً حيث يلبى احتياجات القراء فى التعرف على الخلفيات والتفاصيل غير المسموح بنشرها فى الأخبار، فهو يقدم معلومات إضافية عن الحدث أو الواقعة.

ثانياً: التقرير الحى **:**

ورغم التشابه مع التقرير الإخبارى فى تناول الوقائع والأحداث ونشر تفاصيلها إلا أنه يتسم بقدرته على وصف الحدث والظروف المحيطة به والمناخ الذى تم فيه، والناس الذين ارتبطوا به. وكذلك عرض التجارب الذاتية سواء جاءت مصاحبة للمحرر الصحفى، أو الأفراد الذين لهم علاقة بالحدث أو الواقعة، مثل تغطية جلسات البرلمان والانتخابات والمؤتمرات السياسية.

ثالثاً: تقرير الشخصية :

ويقوم هذا التقرير على عرض شخصية ما من الشخصيات المرتبطة بالأحداث وتلعب دوراً مميزاً على المستوى الإقليمى أو الدولى، مثال ذلك فوز الرئيس حسنى مبارك برئاسة الجمهورية بعد تعديل المادة (٧٦) من الدستور المصرى على منافسيه من الأحزاب والتيارات السياسية المختلفة، أو فوز الدكتور فتحى سرور برئاسة مجلس الشعب بالإجماع، وعلى هذا فقد يحدث هناك خلطاً بين تقرير الأشخاص والحديث الصحفى القائم مع شخصية من الشخصيات الموجودة فى المجتمع.

والتقرير الخاص بعرض الأشخاص يقوم على رسم ملامح شخصية من الشخصيات وبالتالى ليس شرطاً إجراء حوار صحفى معها، أو تناول وجهة نظرها فى قضية أو موضع ما من الموضوعات. أما الحديث الصحفى فقد يقوم مع شخص أو مجموعة من الأشخاص بهدف الحصول على بيانات ومعلومات عن موضوع أو قضية ما محل اهتمام الغالبية العظمى من الجمهور، وبالتالى فهو يبحث عن سؤال (لماذا؟؟) أما التقرير الصحفى فهو يبحث عن سؤال (ماذا ؟؟) حيث لا يخرج عن إطاره الخبرى إلا فى نواحى نشر المزيد من التفاصيل عن الحدث أو الواقعة.

أسس صياغة التقرير الصحفى :

يقوم التقرير الصحفى على ثلاثة محاور هما :

المقدمة :

وهى تقوم على التمهيد للموضوع الذى يتم تناوله من خلال التقرير بما يعنى تهيئة القارئ للموضوع المطروح ، بحيث تجذب المقدمة انتباه القراء للموضوع الذى يتناوله التقرير وتدفعهم للمتابعة للتفاصيل التى جاءت فى إطاره.

جسم التقرير:

وهو يتضمن البيانات والمعلومات محل التقرير، بما يعنى الأدلة والشواهد المنطقية التى تدعم موضوع التقرير.وبالتالى يجب على كاتب التقرير أن يحرص على أن تكون فكرة التقرير واضحة من البداية وذلك من خلال التتبع المنطقى للحدث أو الواقعة، بأن يتم سرد القصة التى يتضمنها التقرير من بدايتها حتى وقت كتابة التقرير بجانب الكشف عن النقاط والجوانب الغامضة فى الحدث أو الواقعة التى يتضمنها التقرير.

الخاتمة :

وفيها يقوم المحرر الصحفى بعرض أهم النتائج والخلاصة التى

توصل إليها من خلال رصده للحدث أو الواقعة، مع طرح وجهة نظره وانطباعه الشخصى عن الحدث الذى قام برصده ووصفه والتعليق عليه، والكشف عن خلفياته.

قالب صياغة التقرير:

يقوم بناء التقرير الصحفى على قالب الهرم المعتدل، حيث تأتى مقدمة التقرير بوقائع ومواقف ومعلومات جديدة عن الواقعة أو الحادثة، أما جسم التقرير فيتضمن المعلومات والبيانات الجوهرية بما فى ذلك الأدلة والشواهد التى تؤكد حقيقة ما جاء بالتقرير من معلومات وبيانات أما الخاتمة فقد تأتى بعرض وجهة نظر المحرر وأهم النتائج التى توصل إليها عند تناوله للتقرير الصحفى.

الإخراج الصحفي

هو توزيع الوحدات التيبوغرافية وتحريكها على صفحات الورق طبقا لحركة معينة أو طبقا لخطة معينة و هو علم وفن يختص بتحويل المادة المكتوبة إلى مادة مطبوعة قابلة للقراءة تؤدي الغاية التي توخاها المخرج، أو بمعنى آخر يختص الإخراج بتوزيع الوحدات الطباعية (الحروف والعناوين والنصوص والأشكال والصور والخرائط) وترتيبه في حيز الصفحة واختيار ألوانها بأسلوب يغري القارئ بقراءتها ويلفت انتباهه إلى ما فيها.

ويهدف الإخراج إلى تحقيق فعالية كبيرة وتأثير بصري فعال للمادة المطبوعة ، سواء كانت نصوصا مكتوبة مجردة ، أو مصحوبة بالعناصر الفنية المساعدة كالصور والعناوين ، وسواء كانت خاصة بالصحف اليومية أو المجلات أو المطبوعات الإعلانية.

و يتحتم على المخرج الفني القائم على هذا العمل أن يتمتع بحاسة فنية جمالية ومعرفة مفصلة بالمسائل التقنية لكي يكون قادرا على النجاح في مهمته ، المتمثلة في إبراز المادة الصحفية والعناصر الطباعية وإعطاء الصحيفة القدرة على الجذب والتأثير، فهو الذي يتولى اختيار نوع الحروف وأشكالها ، وهو الذي يحدد أماكن العناصر الطباعية

على الصفحات ، فإما أن يعطي الصفحة القيمة الجمالية المطلوبة أو إنه يدمر هذه الإمكانية ويقضي عليها فتصبح منفرة للقراء. وقد قطع الإخراج الصحفي شوطا بعيدا من التقدم والتنوع بحكم التطور التقني والإنساني الذي لا يتوقف عند حد معين . ولكن الإخراج الصحفي تطور مع تطور الصحافة نفسها وتطور النظرة إلى طبيعة عملها ومهامها ووظائفها في المجتمع الإنساني، ونقل هذا التطور إخراج الصحف إلى مجالات كثيرة من الحداثة والإبداع والتنوع بعد أن كانت تماثل الكتب في إخراجها وتبويبها ومراعاة الزخارف التي تحيط بالموضوعات المنشورة فيها، وكذلك عدم التنويع في أشكال الحروف التي تجمع بها موادها،

ولكن تطور مفهوم الصحافة ووظائفها والتقدم التقني الذي أصابته جعلها تتوجه لقرائها بوسائل جديدة في الإخراج تساير مضمونها المتنوع واتساع دائرة الوظائف الإعلامية التي تقوم بها في وقتنا الحاضر.

وقد شهد الإخراج الصحفي قفزة هائلة في صحافة اليوم، بسبب حداثة الأجهزة الطباعية، واستفادة الصحافة من التقدم التكنولوجي الكبير الذي يشهده عصرنا الحاضر، والتطور الكبير في علوم الاتصال ووسائله، ووسائل نقل الأخبار والمعلومات. وأصبحت أهم جوانب

الإخراج الصحفي تتركز على عنصري التأثير والجمالية ، والعنصر الاقتصادي وعنصر التحديث.

المخرج الصحفي :

هو المهندس الذي يصمم الصفحات ويشرف على تنفيذها، وهو حلقة الوصل بين قسم التحرير والإعلان من جهة والأقسام الفنية والمطبعة من جهة أخرى، وهو يتوخى في عمله وحدة الأسلوب وتنوع الشكل في كل عدد من أعداد الصحيفة بما يتفق مع سياسة الصحيفة والمواد المعدة للنشر والأنباء المطلوب نشرها.

العوامل التي تتحكم في أساليب الإخراج الصحفي :

هناك عوامل رئيسية تتحكم في أساليب الإخراج الصحفي وتراعى من قبل سكرتارية التحرير الفنية في الصحافة الحديثة وهي:

الجانب الإعلامي الصحفي :

لهادف إلى إبراز المادة الإعلامية المنشورة حسبما تفرضه من أولويات القيم الإخبارية المتعارف عليها في علوم الصحافة والإعلام وهي التي تتصل بتقويم الأخبار والموضوعات ومواد النشر واختيار ما يهم الجمهور منها.

الجانب الإعلاني الاقتصادي:

الذي يخاطب القطاعات الاقتصادية التي تسهم إعلاناتها بتشكيل جزء هام من ميزانية المؤسسة الصحفية

الجانب الفني :

الذي يوظف قدرات المطبعة الصحفية في خدمة المظهر العام للصحيفة ، والأنواع الصحفية المعالجة فيها، وكذلك إظهار إمكانيات المصورين والخطاطين والرسامين من العاملين في المجلات الفنية المختلفة وهي التي تسعى إلى تحقيق التوازن والإيقاع والوضوح وسهولة القراءة وتوفير الحيوية والجاذبية والجمال.

الجانب النفسي:

الذي يراعي طبيعة الجمهور المخاطب من حيث السن والمستوى الثقافي والملامح الأساسية العامة لشخصية المجتمع الذي تصدر فيه لصحيفة وتخاطبه، وتتصل بمعرفة اتجاهات الرأي العام وعقلية الجماهير وأذواق القراء وعادات القراءة، وتأثير الألوان فيهم.

الجانب الفيزيائي :

وهي تتصل بقوانين الرؤية وحركات العين ومدى استيعابها وظروف التعرض للضوء.

أهداف الإخراج الصحفي :

١-تيسير قراءة مادة الصحيفة على القارئ بحيث يستوعبها في أقصر وقت ممكن .

٢-عرض المادة الصحفية مقدمة حسب أهميتها، فالقارئ يتوقع إبراز الموضوعات الهامة سواء من حيث مكان عرضها على الصفحة أو الوحدات التيبوغرافية المستخدمة فيها .

٣- العمل على أن تبدو الصفحة جذابة مشوقة

٤- عقد صلة تعارف وألفة بين الصحيفة والقارئ، بحيث يستطيع تمييزها عن غيرها بيسر ويسعى إليها في رغبة .

الصحافة الإلكترونية

ارتبط مصطلح "الصحافة الإلكترونية" في الوطن العربي فعليا بظهور أول موقع لصحيفة عربية هي "الشرق الأوسط " على الإنترنت وذلك في سبتمبر /أيلول عام ١٩٩٥، تلتها صحيفة النهار اللبنانية في فبراير /شباط ١٩٩٦، ثم صحيفة الحياة اللندنية في يونيو /حزيران ١٩٩٦، والسفير اللبنانية في العام نفسه كذلك، وتوالت بعد ذلك أعداد المواقع الإلكترونية على الإنترنت لصحف عربية كثيرة، وكان يقصد بهذا المصطلح قبل التاريخ المذكور استخدام تقنيات النشر المكتبي في إنتاج وإخراج الصحيفة الورقية التقليدية، أي استخدام الكمبيوتر وبعض البرامج المتخصصة في عمليات النشر الورقي الاعتيادي.

ظهر بعد ذلك عدد من المواقع الإخبارية العربية على الإنترنت مثل موقع الجزيرة نت وموقع العربية نت وموقع باب ، وهذا كله على سبيل المثال لا الحصر، الأمر الذي دفع باتجاه ضرورة التمييز بين ما يطلق عليه "صحيفة إلكترونية" وبين الموقع الإخباري الإلكتروني، وعدم الخلط بينهما.

ولعل من أبرز الفروق بين "الصحيفة الإلكترونية" و " الموقع الإخباري الإلكتروني" هو طبيعة النشأة، فأصل الصحيفة الإلكترونية أنها نشأت ابتداء على الورق بالصورة التقليدية كأي صحيفة عادية، لكن القائمين عليها ارتأوا لمجاراة لغة العصر ضرورة وجود نسخة إلكترونية من هذه الصحيفة على الإنترنت، فأنشأوا لها موقعا على الإنترنت. وبالتالي فالصحيفة الإلكترونية هنا هي نسخة طبق الأصل "كربونية" من الصحيفة التي تصدر بطبعاتها المختلفة ورقيا وتوزع بصورة اعتيادية.

أما الموقع الإخباري الإلكتروني، فقد نشأ ابتداء على الإنترنت، وليس له أصل ورقي، وإنما بيئته الأساسية هي تلك البيئة الافتراضية اللامتناهية المسماة بفضاء الإنترنت.

وليس هذا هو الفرق الوحيد بين النوعين، فما ذكرناه عن طبيعة النشأة، يدفعنا للحديث عن طاقم العمل، وهو هنا بالنسبة للصحيفة الإلكترونية في أغلبه مجموعة من الفنيين الذين ينصب جل اهتمامهم – ان لم يكن كله – على رفع محتويات الصحيفة الورقية ونشرها على الموقع الإلكتروني.

أما الموقع الإخباري الإلكتروني، فيختلف فيه الأمر تماما عن الصورة السابقة، ويتسع فريق العمل داخله ليشمل مكونات غرفة الأخبار بما

تحويه من رئيس تحرير ومحررين وصحفيين ومدققي اللغة والمعلومات ومصنفي المواد، وقسم المالتيميديا الذي يوفر الصور المصاحبة للمواد المنشورة، وهذا على أقل تقدير.
فرق آخر يميز الموقع الإخباري الإلكتروني عن الصحيفة الإلكترونية، هو زمن تحديث الأخبار، ففي الصحيفة الإلكترونية يرتبط زمن التحديث – في الغالب- بدورية صدور الصحيفة سواء كانت يومية أم أسبوعية، أما بالنسبة للموقع الإخباري الإلكتروني فهو في صراع مع الزمن لنشر الأخبار حال حدوثها أو حال ورودها من المصادر الموثوقة بعد أن تأخذ دورة النشر الاعتيادية وقتها قبل أن تظهر لجمهور المستخدمين.

ألا ننسى أن المواقع الإخبارية الإلكترونية تعمل كذلك على بث ما يعرف بالأخبار العاجلة بصورة تجعلها تتفوق على التلفزيون والإذاعة فيما يتعلق بزمن النشر قياسا إلى زمن حدوث الخبر، لأن أنظمة النشر تتيح لتلك المواقع أن تنشر ما يسمى "الخبر العاجل" بمجرد الانتهاء من كتابته، أو بعبارة أخرى تسمح بكسر دورة إنتاج الخبر العادي الذي يمر تقريبا بخمسة مراحل قبل أن يظهر للمستفيد النهائي on line.
بقى أن نعرض لتساؤل قد يثار في ذهن القارئ مفاده، أليست المواقع الإخبارية التي ورد ذكرها والتي نشأت ابتداء في أكناف مؤسسة

تلفزيونية ما – كالجزيرة نت أو العربية نت على سبيل المثال- لها في هذه الحالة أصل تلفزيوني، على غرار تلك التي نشأت ولها أصل ورقي !؟ والإجابة ببساطة أن أهم ما يميز تلك المواقع الإخبارية على الإنترنت، أن لها غرفة أخبار مستقلة تحكم عملية النشر على الموقع الإلكتروني.

كما أن الموقع الإلكتروني على الإنترنت في هذه الحالة ينشر الأخبار بصورة مكملة لعمل التلفزيون، ويعرض مزيدا من التفاصيل عن الأخبار تكون بيئة الإنترنت ومواصفاتها أقدر على تحمله، عكس الخبر التلفزيوني الذي يكون مقتضبا قدر الإمكان ومحدودا بزمن معين لا يسمح في الغالب بإيراد التفاصيل.

وعلى ذلك فقد ترى خبرا في التلفزيون، ثم تسمع المذيع يحيلك إلى الموقع الإلكتروني الخاص بالقناة لمعرفة مزيد من التفاصيل أو الخلفيات، وكذلك الحال بالنسبة للإذاعة فيما يتعلق بالمواقع الإخبارية المتعلقة بها، وأوضح مثال على ذلك هو موقع إذاعة البي بي سي العربية على الإنترنت، التي تحيل في الغالب المستمع إلى موقعها لمعرفة المزيد من التفاصيل عن هذا الخبر أو ذاك. ويختلف الوضع بالطبع إذا ما كان الموقع الإلكتروني الذي نشأ في أكناف تلفزيون أو إذاعة ما مقرر له أن يكون مجرد أرشيف إلكتروني

لما تعرضه الشاشة التلفزيونية أو تبثه الإذاعة من مواد وبرامج وأخبار، فهنا تكاد تنطبق مواصفات النسخة الكربونية للصحيفة الورقية التي ذكرناها وعرفناها سابقا على هذه الحالة..

العالم العربي و الصحافة الإلكترونية

كشفت دراسة علمية عربية متخصصة أن الصحافة الإلكترونية لا تتماثل مع النمو الهائل للمنشورات الإلكترونية عالميا، وخصوصاً في ما يتعلق بتناسب هذه الأرقام مع أعداد الصحف العربية وعدد سكان الوطن العربي.

وأشارت الدراسة إلى تواضع نسبة عدد مستخدمي الإنترنت العرب قياسا إلى العدد الإجمالي للسكان في الوطن العربي، لوجود ضعف في البنية الأساسية لشبكات الاتصالات، إضافة إلى بعض العوائق الاجتماعية والثقافية والاقتصادية وربما السياسية، مما أدى إلى تأخر في الاستفادة من خدمات شبكة الإنترنت، وأثر بشكل رئيسي على سوق الصحافة الإلكترونية. وتعتبر صحيفة" الشرق الأوسط" أول صحيفة عربية ظهرت على الانترنت وذلك في كانون الاول 1995 في حين تعتبر صحيفة "الجزيرة" أول صحيفة سعودية تطلق نسختها الالكترونية على الانترنت وذلك في نيسان ١٩٩٧. تقنيات محتوى الصحف الالكترونية *تعتمد الصحف الالكترونية العربية المتوافرة عبر الانترنت في بثها المادة الصحافية على ثلاث تقنيات هي :*

1-تقنية العرض كصورة .

2-تقنية "بي دي إف PDF "

3-وتقنية النصوص.

مميزات الصحف الإلكترونية:

١- في الغالب تلتزم الحرية الكاملة، التي يتمتع بها القارئ والكاتب على الإنترنت على السواء، بخلاف الصحافة الورقية احياناً.

٢- السرعة في تلقي الأخبار العاجلة وتضمين الصور وأفلام الفيديو مما يدعم صدقية الخبر.

٣- سرعة تداول البيانات على الإنترنت وسهولتها بفارق كبير عن الصحافة الورقية.

٤- أتاحت الصحافة الإلكترونية امكان مشاركة القارىء مباشرة في عملية التحرير من خلال التعليقات التي توفرها صحف الكترونية كثيرة للقراء، بحيث يمكن للمشارك أن يكتب تعليقه على أي مقال أو موضوع ويقوم بالنشر لنفسه في نفس اللحظة .

٥- الحضور العالمي، اذ لا توجد عقبات جغرافية تعترض الصحيفة الالكترونية، فهي متاحة في كل مكان تتوافر فيه متطلبات

الانترنت، في حين أن الصحيفة مرتبطة بعمليات توزيع ونقل وشحن معقدة ومكلفة.

٦-التكاليف المالية الضخمة عند الرغبة في إصدار صحيفة ورقية، بدءاً من الحصول على ترخيص مروراً بالإجراءات الرسمية والتنظيمية، بينما الوضع في الصحافة الإلكترونية يختلف تماماً، اذ لا يستلزم سوى مبالغ مالية قليلة لتصدر الصحيفة الإلكترونية بعدها بكل سهولة.

-7عدم حاجة الصحف الإلكترونية إلى مقر موحد لجميع العاملين إنما يمكن إصدار الصحف الإلكترونية بفريق عمل متفرق في أنحاء العالم.
٨- أسواق مركزية للتسوق المباشر (Online malls)والدخول في مزادات حية عبر الانترنت.

٩- إمكان الدخول الى أرشيف الأعداد السابقة للصحيفة والبحث من خلالها بسهولة عن المعلومات عن طريق محركات البحث .
١٠- خدمات الأسهم ذات الطابع الشخصي وغيرها من معلومات مصممة خصيصاً وفق رغبة القارئ .

خصائص قراء الصحف الإلكترونية :

تشير الاحصاءات الى ان قرّاء الصحف الإلكترونية في الغالب هم من الشباب، يشكل الطلبة والمهاجرون العرب حول العالم نسبة كبرى منهم وان نصفهم يقرون بأن تصفحهم للصحف الالكترونية يشكّل ركيزة يومية من حياتهم، ويعني ذلك أنهم راضون ومقبلون على الصحافة الإلكترونية، وتعود الأسباب إلى أنها متوافرة طوال اليوم، ولا تحتاج إلى دفع رسوم، كما أنها تمكنهم من متابعة الأخبار من أي مكان وعن أي بلد مهما تباعدت مواقعهم لاحتواء الشبكة العنكبوتية ٥ آلاف صحيفة إنترنتية تشمل بلدان العالم المختلفة .

ما الصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية ؟

تواجه الصحافة الإلكترونية صعوبات كثيرة ومن أهمها:

١- تعاني صحف الكترونية كثيرة صعوبات مادية تتعلق بتمويلها وتسديد مصاريفها .

٢- غياب التخطيط وعدم وضوح الرؤية المتعلقة بمستقبل هذا النوع من الإعلام.

٣- ندرة الصحافي الإلكتروني.

٤- عدم وجود عائد مادي للصحافة الإلكترونية من خلال الإعلانات كما الحال في الصحافة الورقية، حيث أن المعلن لا يزال يشعر بعدم الثقة بالصحافة الإلكترونية.

٥- غياب الأنظمة واللوائح والقوانين، علماً أنها في حاجة ماسة اليها.

تحرير الخبر الالكتروني :

المحرر الناجح هو الذي يهذب ويشذب النص الإخباري ليبقى على ما هو ممتع ومهم فتحرير الخبر الالكتروني يبدأ باختصار المعلومات ثم الكلمات والعبارات وهذه عملية اسلوبية تحتاج من المحرر الى مهارة لغوية عالية وذوق فني وحس صحفي بطبائع جمهور الاخبار .

ويمكن اجمال مهمة محرر الخبر الالكتروني بالنقاط الأساسية الآتية:

1- التحقق من المعلومات .

2- معرفة القانون .

3- التحرير من اجل المستمع والمشاهد .

4- التأكد من عدم الانحياز .

5- إدراك دور المذيع ومتطلباته .

6- فهم المرئيات .

ان هذه النقاط مجتمعه تعمل على خلق صورة لهيكل الخبر الالكتروني في ذهن المحرر الذي امتلك بجدارة ادوات صنعته وتحسس بمشكلات المذيع ومخرج الاخبار الالكترونية وتمثل في ذاكرته هذه الحالة يكمل ابعادها.

وفي الختام لابد من الإشارة الى ان الخبر الذي يصل القاريء والمستمع والمشاهد يشبه اية بضاعة اخرى وصلت الى السوق او أيدي الزبائن بعد ان مرت بمراحل تصنيع مختلفة.

هذا هو شأن الخبر فبعد ان يصل الى مكاتب التحرير واقسام الاخبار يخضع الى عملية مراجعة دقيقة وتتجاذبه اقلام مختلفة بالتشذيب والصقل واعادة الصياغة ، وهذه العملية التحريرية ضرورية بسبب عامل السرعة الحاسم الذي تتسم به التغطية الاخبارية التي تحكمها المفاجأة وتحديد الوقت والتنافس على السبق الصحفي.

مراجع المادة :

- الأساليب الفنية في التحرير الصحفي تأليف: د. عبدالعزيز شرف، الناشر: دار قباء للطباعة والنشر، تاريخ النشر ٢٠٠٠م.

- د. عبد الستار جواد- فن كتابة الاخبار- عمان ٢٠٠٢.

- فاروق ابو زيد- فن الخبر الصحفي- دراسة مقارنة- دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة القاهرة.

- اديب خضور- الخبر الصحفي- دمشق - مطابع دار البعث- ١٩٨٢

- جلال الدين الحمامصي- المندوب الصحفي- القاهرة- دار المعارف ١٩٩٣

- د. كامل القيم – أستاذ الإعلام والاتصال في جامعة بابل (الصحفي العربي)

- كيف تصبح صحفياً موهوباً؟ تأليف: محمد بن عبدالله النذير الدار الصولتية للتربية، الطبعة الأولى عام ١٤١٧هـ.

- مدخل إلى الصحافة نظرية وممارسة، تأليف: د. أديب خضور، والكتاب من نشر مؤلف الكتاب، وطبعة الكتاب الثانية دمشق ٢٠٠٠م.

- أكاديمية الصحافة السعودية المفتوحة
- الكاتب الصحفى دكتور : مجدى الداغر مدرس الأعلام والصحافة –جامعة المنصورة – مصر (جريدة الصحافة الجديدة)
- مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير.

ما أقدمه في هذه المساحة هو فكرة موجزة عن الكتابة الصحافية، وهي محاولة ليست للتدريب أو التعليم، ولكن للتوضيح وحث القراء على السعي في تعلم الكتابة والاهتمام بفنون الصحافة، باعتبار ذلك ليس ترفا فكريا أو هواية، لكنه مهارة ومشاركة عامة وضرورية.

وأخيرا .. أن الأزهار متاحة لجميع الكائنات ولكن النحل وحده يصنع منها العسل .. والواقع أن جميع المواهب والصناعات والاختراعات هي توظيف لموارد متاحة وليست معجزات، برغم أنها تبدو في محصلتها النهائية وكأنها معجزة، لكن توظيف الموارد والمواهب بفعالية أو هدرها هو التفسير الحقيقي للإنجاز وقياسه .

